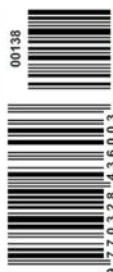


# PLAYBOY

PRECIO EN CAPITAL Y GBA \$ 49.  
RECARGO ENVÍO AL INTERIOR \$ 3.

**Rocío Robles · Claudio María Domínguez · Christopher Nolan**  
**La frontera de las Coreas · El museo de Miyazaki · Game of Thrones**  
**Café de especialidad · ¿Qué es el ramen? · ¿Vienen por el agua?**



00138

9 770328 436003

Juega gratis. Este no es un sitio web de apuestas. Sólo para mayores de 18 años.





**3 JUGADORES, 1 GIRO  
PREMIOS A LO GRANDE, EN MINUTOS**

Presentamos Spin & Go de PokerStars, una nueva modalidad de poker  
super veloz en donde podrás ganar grandes premios, rápido.





---

## SUMARIO

- SEXO** Macho es el que probó **P. 10**
- TECH** La consola más poderosa del mundo **P. 12**
- AUTOS** Citroën presentó su nuevo Cactus **P. 16**
- COMER** Ramen, la sopa milenaria japonesa que es tendencia mundial **P. 20**
- BEBER** Buen café *for dummies* **P. 24**
- CINE** Una visita al Museo Ghibli y la obra de Hayao Miyazaki **P. 30**
- TELEVISIÓN** Cómo *Game of Thrones* se convirtió en *Game of Thrones* **P. 32**
- CIENCIA** ¿Vienen por el agua? **P. 36**
- ARTE** Tras las pistas de Daniel Melgarejo **P. 38**
- DEPORTES** La ley y el orden: los árbitros argentinos **P. 45**
- 30P** Vida y obra de Christopher Nolan, el próximo clásico **P. 50**
- TAPA** Rocío Robles sacude tu cuerpo, tu mente y tu espíritu **P. 58**
- MUNDO** Una tarde en Paju, frontera de las Coreas, donde está todo mal **P. 78**
- PICTORIAL** Levantando polvo viene Olivia Bower **P. 82**
- ENTREVISTA** A las varias vidas de Claudio María Domínguez le espera la reencarnación **P. 90**
- PLAYMATE** Jessi M'Bengue: líneas borrosas **P. 100**





**PLAYBOY**  
ARGENTINA

**PUBLISHER**  
**BLACK SHEEP MEDIA S.A.**

**DIRECTORES.** Juan Meryn y Bryan Droznes.

**DIRECCIÓN.** Ayolas 494, CABA.

**STAFF REVISTA PLAYBOY**

**DIRECTOR EDITORIAL.** Tomás Rodríguez Ansorena.

**DIRECTORES DE ARTE.** Sol Moschetti & Juan Francisco Silva Traverso.

**COORDINACIÓN EDITORIAL.** Abril Correa Leveratto.

**EJECUTIVA DE CUENTAS.** Keren Ciaffoni.

**COLABORAN EN ESTA EDICIÓN**

**REDACCIÓN.** Ricardo Sametband, Gastón Leturia, Leonardo Ferri, Fiorella Sargenti, Diego Mancusi, Hernán Panessi, David Levitán, Luciano Lahiteau, Lautaro Androszczuk, Federico Lisica, Federico Poore, Alejandro Galliano, Igancio Rial Schies, Stephen Rebello y Stoya.

**FOTOGRAFÍA.** Angie Monasterio, Ignacio Sánchez y Gavin Bond.

**CORRECCIÓN.** Clara Mari.

EL CONTENIDO DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS Y DE LAS NOTAS NO ES RESPONSABILIDAD DEL EDITOR, SINO DE LAS EMPRESAS Y/O FIRMANTES. LA EDITORIAL SE RESERVA EL DERECHO DE PUBLICACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PUBLICIDAD. LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE CUALQUIERA DE LOS ARTÍCULOS, SECCIONES O MATERIAL GRÁFICO DE ESTA REVISTA NO ESTÁ PERMITIDA.

**año 11 # 138 (publicación mensual)**

**PLAYBOY ENTERPRISES, INTERNATIONAL**

Hugh M. Hefner, Editor-in-Chief

**U.S. PLAYBOY**

Ben Kohn, Chief Executive Officer  
Cooper Hefner, Chief Creative Officer  
Michael Phillips, SVP, Product  
James Rickman, Executive Editor

**PLAYBOY INTERNATIONAL PUBLISHING**

Reena Patel, Chief Commercial Officer & Head of Operations  
Mary Nastos, Intl Publishing Operations Director  
Gabriela Cifuentes, Digital Asset Manager

© 2017 BLACK SHEEP MEDIA

© 2017 PLAYBOY, AS TO MATERIAL PUBLISHED IN MAY/JUNE, JULY/AUGUST  
2017 U.S. EDITIONS OF PLAYBOY

© PLAYBOY, PLAYMATE, PLAYMATE OF THE MONTH, PLAYMATE OF THE YEAR,  
RABBIT HEAD DESIGN AND FEMLIN DESIGN ARE TRADEMARKS OF AND UNDER  
LICENSE FROM PLAYBOY ENTERPRISES INTERNATIONAL, INC.

**DISTRIBUCIÓN EN CAPITAL FEDERAL Y GBA.** Vaccaro, Sánchez & Asoc., Moreno  
794, 9º, Buenos Aires, Argentina. T. 4342-4031.

**DISTRIBUCIÓN EN EL INTERIOR, URUGUAY Y CHILE.** Distribuidora Austral de  
Publicaciones S.A., Isabel la Católica 1371, Buenos Aires. 4301-0701.

**IMPRESIÓN.** Galt S.A., Ayolas 494. Tel: 4303-3723. [www.galtprinting.com](http://www.galtprinting.com).

LA REVISTA PLAYBOY ARGENTINA Y SUS CONTENIDOS SON PROPIEDAD DE  
BLACK SHEEP MEDIA S.A.

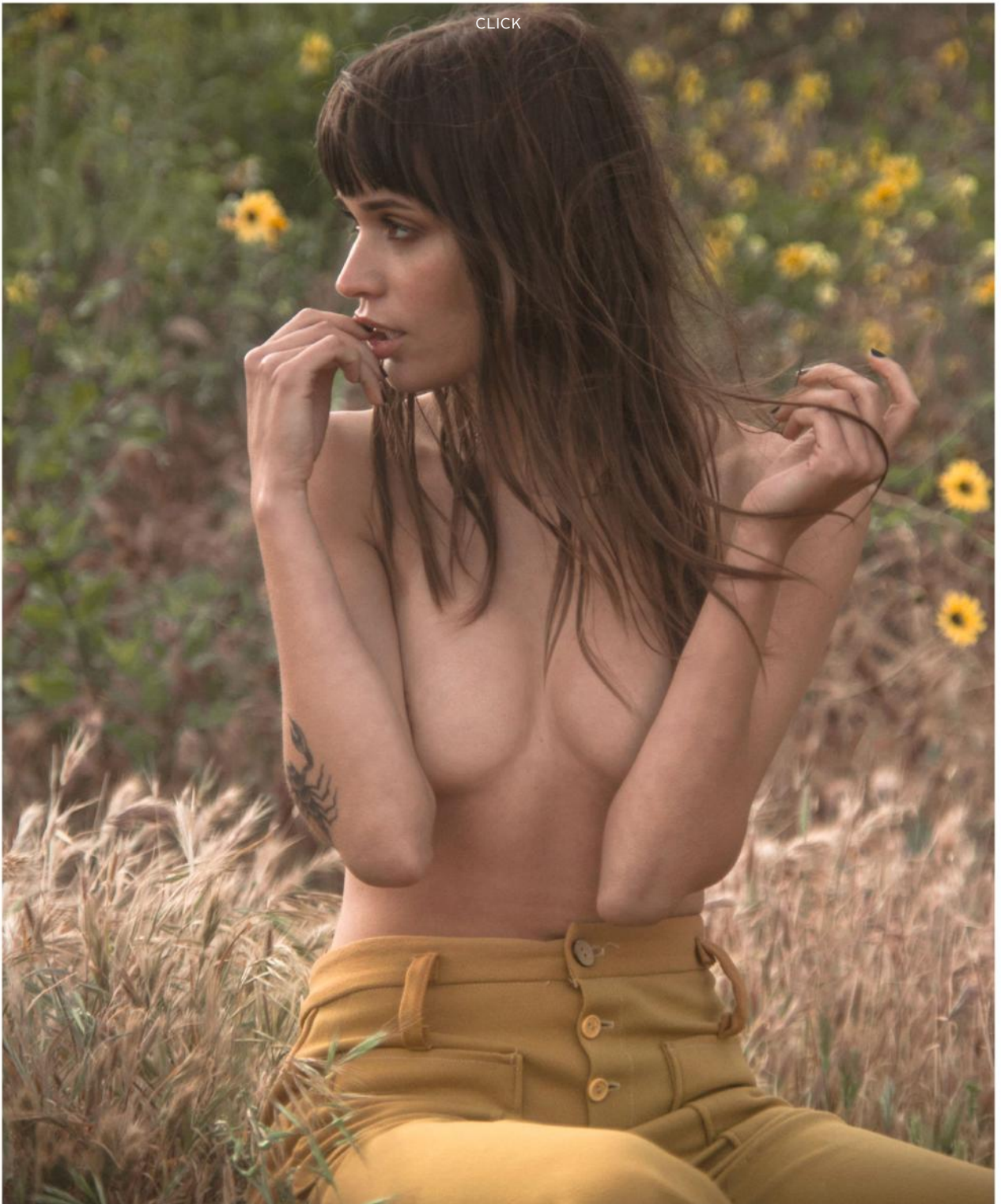
INSTAGRAM @PLAYBOY\_REVISTA  
TWITTER @PLAYBOY\_REVISTA  
FACEBOOK PLAYBOY REVISTA  
MAIL INFO@PLAYBOYREVISTA.COM





LIVE ULTIMATELY

DISTRIBUIDO POR WINE-SUPPLY. BEBER CON MODERACION. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.



## **GINA BULDORINI**

Por Jen Senn

"Aguante, inocencia y *sex appeal*", definieron nuestros colegas de Playboy de Estados Unidos a la argentina Gina Buldorini. Establecida en Los Ángeles desde hace algunos años, Gina trabaja como modelo para agencias y marcas top. Fue descubierta en un shopping de Buenos Aires por el fotógrafo Miguel Esmoris, y desde entonces no paró de triunfar. En la entrevista que Playboy le hizo para su página web, Gina cuenta su pasión por las motos y por la batería, el instrumento que ama. La cámara la ama a ella: así lo demuestran las fotos que le hizo Jen Senn.

# LUXARDO



*Luxardo  
nunca  
pasa de  
moda*



**Girolamo Luxardo S.p.A.**

Torreglia (Padova) - Italy

[www.luxardo.it](http://www.luxardo.it)

Importa y distribuye en Argentina :

**DELLEPIANE S.A.** [www.dellepiane.com.ar](http://www.dellepiane.com.ar)

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

# ES CUESTIÓN DE PROBAR

*Esta activista, emprendedora y estrella del porno alternativo te invita a dejarte llevar por la curiosidad.*

POR **STOYA**

Todavía no se inventó el control remoto de nuestro cerebro pero sí sabemos que cualquier novedad a la que nos enfrentemos incrementa nuestros niveles de dopamina. Y que abandonar nuestra zona de confort hará que nuestras manos suden, nuestro corazón lata más fuerte, todas esas cosas que nos produce la adrenalina.

En el libro *Moody Bitches* (“perras temperamentales” es la traducción literal), la Dra. Julie Holland explica cómo un incremento de adrenalina y dopamina libera una oleada de testosterona, que contribuye a la excitación sexual. En términos sencillos: explorar lo desconocido puede ayudar a que quieran tener sexo más seguido y mejorar el habitual. La ciencia aprueba la curiosidad sexual así que acá estoy yo para ayudarlos.

Cualquier novedad es subjetiva: lo conocido y lo desconocido serán de acuerdo a cada individuo. De ahí, la enorme variedad de cosas que pueden ser una u otra cosa: desde mirar porno a participar de una orgía masoquista, el grado de novedad depende de cada uno. Y no necesariamente lo más extremo sea lo más arriesgado: a veces la pluma es tan poderosa como un martillo.

Mientras tanto, permítanme compartir con ustedes mi propia experiencia, que puede ayudarlos a ir a lugares desconoci-

dos. A veces la exploración es simplemente una cuestión de estar más presente en tu propio cuerpo. Algunas regiones de piel que solemos olvidar (detrás de las orejas,

taparse los ojos puede intensificar la percepción de los otros sentidos.

La exploración tiene que ser metódica, un proceso. Si les gusta la idea de tener sus propias manos atadas, prueben primero con una cinta que se pueda desatar. Luego avancen hacia las esposas o a dispositivos más complejos del *bondage*. Las sensaciones táctiles pueden ir *in crescendo* desde caricias con la punta de los dedos hasta una rueda de Wartenberg (una especie de espuela) o un látigo. El interés en el sexo grupal puede ir en muchos sentidos: la observación nunca es un mal comienzo.

Cambiar de roles puede expandir tu entendimiento sobre la otra persona. Actuar como el receptor en lugar del que dirige la batuta puede generar muchas nuevas sensaciones. Y a la inversa, también. Soy consciente que una sesión de *pegging* (el famoso “cinturonga”) puede resultar muy atrevido pero la zona anal es un mundo de sensaciones. Si no saben por dónde empezar, pregunté a ustedes mismos: “¿Qué quiero de lo que no experimenté nunca?”. Sea una cita con un masturbador, un encuentro con una antigua niñera o cualquier otra cosa, dedíquense a pensar qué fantasía les gustaría hacer realidad (o lo más cerca que se pueda). ■



los pectorales, junto a los testículos) son zonas muy erógenas. Por otro lado, los videos ASMR (“respuesta sensorial meridiana autónoma”, por sus siglas en inglés), provocarán un hormigueo placentero, que puede ser cargado eróticamente. La subtracción también es un arma poderosa:

# ODDKA®

## EXPERIMENTÁ LO NUEVO EN VODKA



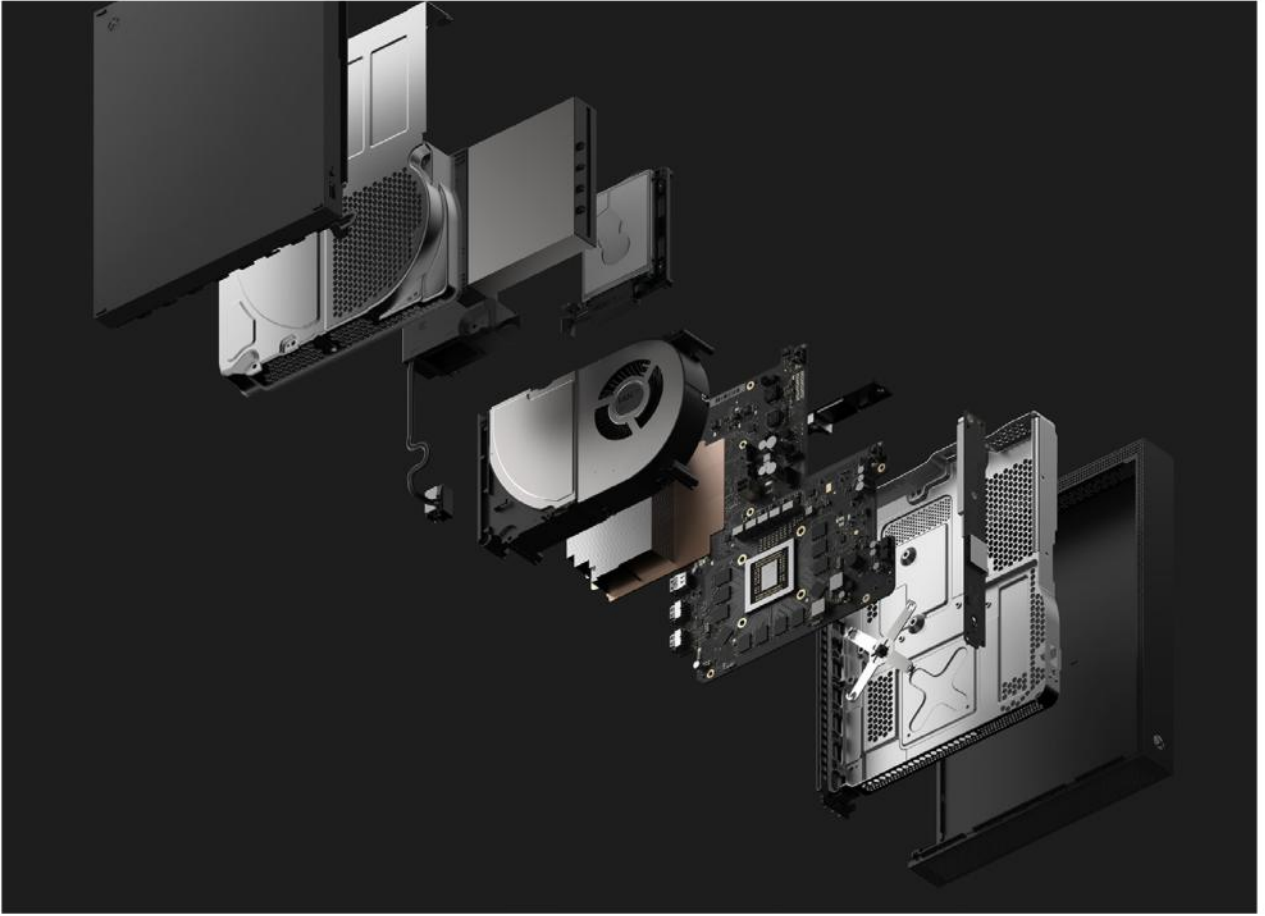
ORIGINAL

ELECTRICITY

APPLE PIE

TWISTED  
MELON

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.  
ODDKA ORIGINAL VODKA - ODDKA ELECTRICITY, APPLE PIE & TWISTED MELON: CÓCТЕLES A BASE DE VODKA.



# ¿QUERÉS VER MÁS?

*Microsoft anunció la salida de la consola más poderosa del mundo, la Xbox One X.*

A lo largo de la historia de los videojuegos puede observarse una regla que quizás no resulte demasiado obvia: el éxito no depende siempre de la capacidad tecnológica. Sin embargo, en la última E3, la feria de videojuegos que se hace todos los años en Los Ángeles, Microsoft anunció la salida de su nueva consola, la cacofónica Xbox One X, “la más poderosa del mundo”. Mientras Nintendo causa revuelo con su modesta Switch, la compañía de Bill Gates ha optado por otro camino. Su público, sabe Microsoft, aprecia esos deta-

POR **RICARDO SAMETBAND**

lles técnicos: la consola es capaz de mostrar videojuegos en resolución 4K (cuatro veces el Full HD de la tele que la mayoría de nosotros tiene en su casa) a 60 cuadros por segundo, el estándar de máxima calidad visual actual, gracias a su chip capaz de procesar 6 teraflops de datos para los gráficos (una descomunal cantidad de cálculos por segundo para, precisamente, definir cómo se verán esas 60 imágenes por segundo, cada una de 8 megapíxeles), sus 12 GB de RAM, su terabyte (unos mil gigabytes) de almacenamiento.

También, por supuesto, es compatible con videojuegos y películas con HDR (un estándar para mejorar la manera en que las computadoras y las pantallas muestran zonas oscuras y zonas claras de una imagen) y posee una lectora de Blue-ray. Para todo esto, claro, necesitás una pantalla que lo soporte.

En la carrera por la supremacía del mundo de las consolas, la compañía va detrás de Sony, que vende la PlayStation 4 Pro desde fines del año pasado, y que también es capaz de ofrecer juegos en calidad 4K na-



tiva. Desde el debut de la primera PS4, en noviembre de 2013, vendió 58 millones de equipos. En el mismo período, Microsoft vendió la mitad: 29 millones de Xbox One. El énfasis en la calidad 4K, además, va como prueba de inversión de mediano plazo: según la consultora especializada IHS, todos los televisores de 50 pulgadas o más que lleguen al mercado a partir de 2018 tendrán resolución 4K. En 2016, un 20 por ciento de todos los televisores que se vendieron en EE.UU. era 4K; y estiman que para 2018 unas 300 millones de pantallas 4K estarán en uso.

Así que la apuesta por ese lado es comprensible; Microsoft ya confirmó 64 juegos para la Xbox One X que ofrecerán su contenido en 4K, sean nuevos o tengan una actualización. Es que uno de los cambios notables tanto de la Xbox One como de la PlayStation 4 es que ambas emplean un chip de AMD que en su estructura interna usa una arquitectura x86: a grandes rasgos, el “motor” es el de una PC (o una Mac), aunque mucho más potente lo cual además

permite cambiar el *software* sin demasiadas complicaciones.

Uno de los juegos de los que se espera que puedan aprovechar esta capacidad gráfica es Forza Motorsport 7, porque hace una apuesta enorme al realismo gráfico de los autos y de su entorno (las nubes, la lluvia, cómo las gotitas salpican la carrocería). Pero no será gratis: el instalador del juego ocupa 100 GB. Quienes quieran comprar la versión digital (que se descarga de la tienda de Microsoft) van a tener que tener mucha paciencia, o una conexión a Internet muy, muy buena. Gears of War 4, Assassin's Creed Origins o State of Decay 2 también tendrán su lavada de cara: donde una pantalla Full HD muestra un punto de color, una 4K muestra cuatro. Pero en otros juegos, como Minecraft 4K, la diferencia será menos notoria, y a eso también se enfrenta Microsoft. Vale como ejemplo que uno de los grandes problemas de la industria para convencer a la gente de que se compre una pantalla 4K es que un panel 4K y uno Full HD son idénticos desde una

distancia media, porque el ojo no puede captar la diferencia de resolución. Para una pantalla de 42 pulgadas, por ejemplo, hay que sentarse a menos de dos metros de distancia para detectar la diferencia. Lo curioso del caso es que Microsoft afirma que no gana ni un centavo con la venta de la consola. El verdadero dinero está en la venta de los juegos, los accesorios y los abonos mensuales a Xbox Live, que permiten jugar con otras personas en todo el mundo. Como sea, el futuro llegó, hace rato, y con él, la resolución total.

### ¿Y ACÁ?

¿Llegará la Xbox One X a la Argentina? Seguramente, pero habrá que esperar. Saldrá a la venta en los mercados internacionales el 7 de noviembre de 2017 a 499 dólares, y si Microsoft sigue la tradición, a la Argentina llegará a fines de 2018. Sony sigue los mismos pasos: la PlayStation 4 Pro que anunció en noviembre de 2016 saldrá a la venta en nuestro país en octubre próximo. ■

# BARRA LIBRE



*La soundbar HTL1190 de Philips acierta en diseño, comodidad y calidad de sonido.*

El principal problema de los (ya) viejos (¡oh!) *home theaters* y equipos de sonido en general radicaba en sus diseños aparatosos, en el espacio que ocupaban y en el circo que resultaba manipularlos. Por eso, Philips tomó cartas en el asunto y diseñó la *soundbar* HTL1190, con un concepto minimalista que se adapta a la perfección a todas las decoraciones modernas y, asimismo, su tecnología resulta completamente sencilla de utilizar. Ah, además es de un elegante color negro pleno: pega con todo.

Entonces, hay que saber que la experiencia de ver televisión, una película y estar en el cine al mismo tiempo es ahora posible ya que la barra HTL1190 permite pasar de un sonido estéreo a uno envolvente en cuestión de segundos. ¿Qué se juega acá? La experiencia: lo singular se vuelve extraordinario y, a la vez, cotidiano. Esta barra le

sube el precio al hábito de descansar y disfrutar en casa.

Por su parte, en términos técnicos, su función Dolby Digital (el principal estándar de audio digital multicanal del mundo) ofrece un sonido dinámico y un balanceado especial, ideal para los fanáticos de la música y, lógicamente, de las películas. El sonido Virtual Surround de Philips produce un sistema rico y envolvente con menos de cinco canales. Los algoritmos espaciales avanzados reproducen el sonido que se produciría en un entorno ideal de 5.1 canales. A la sazón, no hay necesidad de adquirir más periféricos para lograr un sonido envolvente. Vamos de nuevo: con la *soundbar* HTL1190 tu living puede convertirse en una verdadera sala de cine.

Gracias a su función *bluetooth*, esta *soundbar* se adapta a cualquier dispositivo:

iPod, iPhone, reproductores de MP3/MP4, *smartphones*, consolas de video juegos, DVD y Blu-Ray; y mediante un solo cable es posible conectarla a todo tipo de tevé. En la parte trasera, la barra trae dos pequeñas rendijas para montarla en una pared o donde plazca. A su vez, como curiosidad, el control remoto trae un botón para sincronizar audio y así corregirlo si la película o el video tienen leves desincronizaciones.

¿A quiénes está dirigida? A todos aquellos usuarios que busquen un volumen más potente que los de su televisor actual y para quienes precisen adquirir un equipo ágil, que ocupe poco o mínimo lugar. Para ser una barra y no un sistema más complejo, la HTL1190 se luce generando un sonido con cuerpo e intensidad. Sin chauvinismo pero con orgullo, bien vale señalar que la HTL1190 es la primera *soundbar* en producirse íntegramente en la República Argentina. ■

POR **HERNÁN PANESSI**



# NUEVO CITROËN C4 CACTUS BE DIFFERENT



MOTORIZACIÓN 1.2 PURETECH 110 CV - CAJA AUTOMÁTICA DE 6 VELOCIDADES  
SISTEMA MULTIMEDIA CON PANTALLA TÁCTIL DE 7" - 6 AIRBAGS - CONTROL DE ESTABILIDAD (ESP)

CITROËN prefers TOTAL

f t y @ 8" /citroenarg [www.citroen.com.ar](http://www.citroen.com.ar)

EQUIPAMIENTO CORRESPONDIENTE A LA VERSIÓN CITROËN C4 CACTUS PURETECH 110 S&S AT6 SHINE



AUTOS

# **C4 CACTUS: el nuevo ícono de Citroën**

*Citroën presenta en Argentina un modelo que rompe los esquemas, así como lo hicieron varios de sus vehículos durante el siglo XX. Con una imagen diferente, tecnología práctica y performance eficiente, el C4 CACTUS es la apuesta de la marca francesa para liderar el segmento de los SUV en el mercado argentino.*





Del immaculado Valle de la Luna, en San Juan, a la Maison Citroën en el corazón de La Rural de Palermo: dos escenarios impactantes para la presentación oficial del C4 Cactus de Citroën en territorio nacional. El *test drive* que la marca francesa organizó en tierras nortenas que son Patrimonio de la Humanidad según la Unesco tuvo su coronación en el majestuoso *stand* de la firma francesa en el Salón del Automóvil de Buenos Aires, donde el público pudo finalmente conocer esta gran novedad. Con diseño y estilo, propone una oferta rupturista en el segmento de los SUV, en este caso, de tracción simple. Hecho a la medida de la familia que va por la ruta a buscar nuevos paisajes. Y del grupo de amigos que va por la ciudad para disfrutar del encuentro. Siempre a bordo de un vehículo diferente, de esos que llaman la atención a cada paso. Un distintivo que no es casual en Citroën: quién no recuerda con nostalgia a los 3CV, los Mehari, los AMI 8. Esta vez, el protagonista se llama C4 Cactus y tiene un sello distintivo llamado *Airbump*, cápsulas de aire envueltas en poliuretano termoplástico que protegen la carrocería de pequeños golpes. Dispuestas en paragolpes y los laterales, estas capas se destacan por su flexibilidad, elasticidad y resistencia. Disponibles en cuatro colores, los *Airbump* multiplican las posibilidades de personalización asociándose a los 7 tonos de carrocería disponibles y a los 4 universos interiores. Los *Airbump* no necesitan un mantenimiento específico y contribuyen directamente a la reducción de los costos de mantenimiento y reparación del vehículo. Así, la primera gran inquietud a la vista queda saldada con estos datos. Por dentro, calidad y confort, con los mandos agrupados alrededor de una pantalla táctil de 7 pulgadas, que contiene todas las funciones: climatización, sonido, navegación, ordenador de a bordo, teléfono y ayudas a la conducción.

POR **GASTÓN LETURIA**

Desde la pantalla se pueden controlar, además, las ayudas a la conducción, como la imagen de la cámara de marcha atrás o el limitador-regulador de velocidad programable. Este dispositivo también gestiona las funciones del teléfono, como el sistema manos libres

Bluetooth, la agenda, la vista de las fotos del perfil y gestión de la llamada doble. Para estacionar sin dificultad, el conductor solo debe gestionar el acelerador y el freno, mientras que las maniobras se efectúan con total seguridad gracias a la cámara de marcha atrás, cuya imagen se muestra sobre la pantalla táctil. Este novedoso frontal implicó otra innovación. Se trata del desplazamiento del airbag del pasajero hacia el techo, desplegándose a lo largo del parabrisas al momento de activarse y no de frente al acompañante. El Citroën C4 Cactus ofrece unas proporciones óptimas, con una distancia entre ejes de 2.600 mm que garantizan habitabilidad dentro de un formato compacto: 4.160 mm de largo, 1.730 mm de ancho y 1.480 mm de alto. Respecto de la motorización, el C4 Cactus también demuestra que es de vanguardia con su motor PureTech 110, el primer motor de tres cilindros del Grupo PSA que incorpora turbocompresor e inyección directa para una potencia máxima de 110 CV. La arquitectura de este motor, que es al menos 20 kilos más liviano respecto a un 4 cilindros equivalente, beneficia al C4 Cactus en sus niveles de consumo mixto: 5,1 l/100 km. El propulsor PureTech fue elegido "Motor Internacional del Año" en los premios "Engine of the Year 2015" en la categoría de 1 a 1.4 litros. La eficiencia de este tricilíndrico se transmite a las ruedas gracias a la moderna y confiable caja automática AT6 III, desarrollada por la empresa Japonesa AISIN. También, sin dudas, refleja un concepto ecológico que recorre cada línea del nuevo modelo. "El C4 Cactus marca el rumbo de Citroën a nivel mundial y es el

reflejo más fiel de la nueva promesa de la marca: *Be different, feel good*", comenta Valentina Solari, Directora de Marketing y Comunicación de Citroën Argentina. Y es cierto, es diferente, y se siente bien.

#### LA DÉCADA CITROËN

Diffícil de prever en aquel momento, hoy se puede asegurar que Citroën logró su objetivo en Argentina. Se reinstalló, consolidó una marca, buscó su espacio en cada segmento, definió un estilo y lo mantiene en cada acción. Creció y crece, y hasta pudo poner en marcha una nueva submarca como DS. Una clave: pone el mismo espíritu en promocionar y vender el C4 Cactus, el chiche de moda, un modelo aspiracional para gente joven y moderna, que en mostrar y llevar a su público el Citroën Jumper, un utilitario abocado al trabajo urbano. El evento, la info, los datos y la exposición pública del producto serán tratados bajo el mismo parámetro de exigencia. Incluso con una política de *celebrities* que se sostiene como una vía de comunicación bien consolidada. Y los resultados están a la vista. El quiebre, positivo, se dio en aquel lanzamiento del C4 nacional, a partir de 2007. En adelante, muchísima acción más allá de los vaivenes de la economía, internacional o local. A tal punto que en estos diez años al menos unas 60 acciones incluyeron lanzamientos, presentaciones y hasta "animaciones de familia", como denominan dentro de la marca a las ediciones especiales. Por encima, incluso, de otras marcas automotrices mucho más grandes y con más "billetera". En Citroën, orgullosos de esto, dicen y con razón que en aquel tiempo tenían el 1,2 % de la participación en el mercado y que esa cifra se acercará al 5 % sobre el final de este año. Cuando hoy se ven 12 modelos en el portfolio que ofrece la marca en nuestro país, hay que tener en cuenta que en aquel 2007 no eran más de cinco. Los números están ahí. ■



# CAMINO AL ANDAR

*Yamaha trajo al país el YXZ1000, para hacerse un festín off road.*

Arena, playa, ripio, barro, en moto, cuatriciclo o... sí, en *sSide by Side*. En el ambiente adecuado y con las medidas de seguridad óptimas, se puede disfrutar del manejo todoterreno también en este tipo de vehículo. Y Yamaha ofrece el modelo ideal en su portfolio dentro del mercado local, con este YXZ1000 R SS Special Edition, que se acaba de presentar en Argentina para brillar en el *off road*. Desde el diseño se percibe la agresividad que propone esta máquina japonesa, hecha a medida del uso en terrenos difíciles. Solo ver su imagen hace pensar en barrenar una duna o en encarar una huella entre el barro y la

POR **GASTÓN LETURIA**

piedra. Y si eso es viable, se debe también a sus cualidades. Tiene un motor tricilíndrico de 998cc, 4T, DOHC y refrigeración líquida, acoplado a una caja secuencial de 5 velocidades y reversa. Incluye Speed Shift (SS), el sistema de cambio por levas, similar al usado en rally, que proporciona el máximo control de un modo instantáneo y que suma una dosis extra de deportividad en el tipo de conducción. Además, ofrece doble suspensión independiente y una configuración de chasis estilo deportivo para dos ocupantes con sus respectivas butacas *sport*. Por su parte, las gráficas Special Edition (SE) crean en el YXZ1000R una estética

única y diferencial. El nuevo modelo se encuentra disponible en color gris con azul en la red de concesionarios oficiales a partir del mes de junio. La firma japonesa destaca que con este lanzamiento busca ofrecerle al usuario todas las alternativas dentro de productos *Side by Side*: utilitarios para 3 o 6 personas, como los modelos Viking y Viking VI o bien vehículos más recreativos y pensados para 2 ocupantes, como el Wolverine y ahora el deportivo YXZ1000R. En ellos se reúnen varios propósitos y utilidades, siempre en una única línea de diseño, estilo y tecnología con un confort que permita ir desde la recreación al trabajo diario. Un chiche para jugar en serio: cuesta USD 45.000. ■

[www.domiciano.com.ar](http://www.domiciano.com.ar)

# Be your own star.



Beber con moderación.  
Prohibida su venta a menores de 18 años.

  
**DOMICIANO**  
BODEGA



COMER

# DEL RAMEN VENIMOS

*Un caldo artesanal con fideos milenarios que se abrió paso a través de la guerra, la escasez y las diferencias culturales para convertirse en plato nacional de Japón y en tendencia mundial.*

Caldo, *tare* (salsa), *noodles* (fideos) y *toppings*: los cuatro elementos básicos que componen un plato de ramen. El caldo suele no diferir de cualquier otro, preparado con huesos de pollo o cerdo, carne y/o vegetales; el *tare*, como tradicionalmente se le llama a la salsa que le da sabor, puede ser de soja o de miso, por ejemplo, aunque también difiere de acuerdo al tipo de ramen; los fideos tienen que ser alcalinos (preparados con *kansui* —el nombre japonés dado a una mezcla de carbonato potásico y sódico) para que sean elásticos, resistentes al calor y no se vuelvan sosos dentro del plato; y los *toppings* varían de acuerdo a la receta, pero puede tratarse de carne de cerdo o res, hongos, brotes, huevo y todo tipo de verduras. No parece simple y tampoco lo es: el ramen está bien lejos de ser una mera sopa con fideos. Y son todas sus particularidades las que lo convirtieron en uno de los platos nacionales de Japón y también en una fiebre culinaria que atraviesa el mapa de Este a Oeste, llegando con fuerza a nuestras costas.

## DE LA EDAD DE PIEDRA A LA INDUSTRIA

La historia del ramen es larga, interesante y útil para comprender algunos aspectos de la cultura, la sociedad y la economía japonesas, sobre todo desde el siglo XIX a esta parte. La pregunta por el origen del plato aún está vigente y las explicaciones son diversas, pero una de las más aceptadas y difundidas es que nació en China, con una primera manifestación hace 4.000 años: según sugieren fósiles hallados cerca del río Amarillo, los primeros *noodles* se hicieron en la época del Neolítico tardío a partir de espigas de trigo y granos de mijo. Más tar-

POR **ABRIL CORREA  
LEVERATTO**

de, alrededor del año 300 A.C., se inventó el *hishio* (antecesor de la salsa de soja y del miso), en base a porotos de soja fermentados; y 1000 años después, ya de este lado del calendario, Japón empezó a regular su venta y consumo. Recién en el siglo XVII se empezó a utilizar una salsa de soja similar a la que conocemos hoy y tuvieron que pasar 200 años más hasta la invención del plato *shina soba*: una sopa china que se convertiría, llegada a Japón, en "ramen", palabra nipona adaptada de *mien*, la expresión china para *noodles hechos a mano*, según la hipótesis más aceptada. A principios de 1900, en sintonía con la migración de trabajadores japoneses del campo hacia las ciudades, el ramen experimentó su primer boom: para los comensales apurados, cortos de presupuesto y necesitados de calorías, fue una alternativa rápida y nutritiva, ampliamente superadora del *soba* japonés (plato similar que no incluía carne ni *toppings*, en general). Para los restaurantes, por su parte, frente al incremento de comensales, el ramen era de sencillo y veloz despacho: ya tenían preproducido un determinado volumen para todo el día y, al momento de servir el plato, solo precisaban regenerar el caldo y hervir los *noodles*. Los fideos del ramen figuran, además, entre los primeros alimentos industrializados del país, lo que amplió aún más su alcance a nivel nacional.

## RACIÓN DE COMBATE

En los años de la Segunda Guerra Mundial y en los posteriores, sobre todo con la ocupación norteamericana de Japón que se extendió hasta 1952, el ramen entró en un período oscuro: tanto por el racionamiento de alimentos como por la prohibición gu-

bernamental a la actividad gastronómica con fines de lucro (que duró hasta 1949), surgieron mercados negros donde se ofrecían platos e ingredientes no avalados por el régimen. Muchos desempleados se volcaron a la producción ilegal de ramen, usando *noodles* fabricados con el trigo importado por Estados Unidos como medida para reemplazar el consumo de arroz. En un tiempo de hambruna y desesperación, la paradoja: un plato de alto valor nutricional podía llevar a sus cocineros a la cárcel. Una vez que los japoneses recuperaron su autonomía, la economía se reactivó, también lo hizo el rubro gastronómico y el ramen recuperó su popularidad. En 1958 se creó el ramen instantáneo (que en Argentina consumimos, por ejemplo, de la marca Maruchan) y el plato tuvo un interesante impulso gracias a los Juegos Olímpicos de Tokio (1964): fue la comida preferida por los obreros que se desempeñaron en la construcción de subtes y otros medios de transporte, además de edificaciones necesarias para el evento. De ahí, todo fue evolución: las madres adoptaron la versión industrial del plato para alimentar a sus familias, en 1982 se fundó el Museo del Ramen de Yokohama, abrieron los primeros restaurantes especializados (*ramen shops*) y el público fundamentalmente compuesto por obreros devino en consumidores jóvenes, que empezaron a elegirlo ya no en función de sus necesidades energéticas sino de acuerdo a una moda que se extendería más de la cuenta.

## LA RAMENIZACIÓN DEL MUNDO

Entre los 90 y la actualidad, el ramen se expandió con furia y a escala global: James Brown protagonizó una publicidad de Cup Noodles (ramen instantáneo) en la tele-



visión; David Chang, el chef coreano con estrellas Michelin, abrió el primero de sus restaurantes Momofuku (un *noodle bar*) en Nueva York y luego creó un imperio; la receta encontró lugar en otros menús de Europa y América; se inventó hasta una *ramen burger* (con panes hechos de ramen) y, finalmente, el plato desembarcó en Argentina. En esta latitud, si bien seguimos asociando primero al sushi con la gastronomía japonesa, el ramen cada vez tiene más, mejores y diversos exponentes, sobre todo en Buenos Aires. Se puede pedir en restaurantes tradicionales como Nueva Casa Japonesa (Humberto 1° 2357), Furaibo (Adolfo Alsina 429), Nobiru (Mendoza 1627) y Hong Kong Style (Montañeses 2149), pero también en reductos bastante más modernos y originales como Fukuro Noodle Bar (Costa Rica 5514). Es un local llamativo, donde

solo se pueden elegir barras o mesas altas para sentarse y donde el ambiente está dominado por murales de colores y stencils, adornos y lucecitas colgantes, se pueden pedir cinco variedades de ramen, siendo muy recomendable la vegetariana a base de caldo de hongos shiitake y soja, con brotes de soja, choclo, cilantro, huevo poché, morrón, pak choi, palta, pickles y repollo; también se puede agregar carne, como chashu: panceta de cerdo laminada y cocinada al vacío durante horas. En Fukuro también se pueden probar ricos baos (sándwiches de pan cocido al vapor), gyozas (empanaditas orientales) y cervezas artesanales. A varios kilómetros de distancia, en el centro de la ciudad, está 430 (queda en la calle San Martín 430): un restaurante que imita el formato de barras en lugar de mesas y que tiene una propuesta similar, aunque en un

entorno más austero e iluminado. Martín Jiang, propietario y chef, es argentino con ascendencia china, y vivió allá durante tres años. Hace 10 meses dejó su empleo en una empresa privada para abrir este espacio con un menú breve y de cierta fusión: su ramen -que puede ser de cerdo, de res, de pollo o vegetariano- lleva caldo de tradición japonesa y carne cocida a lo chino, y deja entrever guiños tailandeses en su *tare* (con aceite de sésamo) y en su topping de maní. También hay cervezas artesanales, gyozas y sándwiches asiáticos, ensaladas y platos *random* como papas fritas o *nuggets* con sriracha. En el subsuelo del local, una sorpresa: un bar escondido donde se sirven tragos clásicos y algunos con destilados japoneses. Se ingresa por una escalera oscura con un dibujo de una figura en neón al final. Hay que dejarse guiar. ■



---

BEBER

# ORO NEGRO

*Todo lo que necesitás saber para tomar buen café lo encontrás en esta nota.*





El café fue, durante años, una bebida genérica, un *commodity* con el que pizzerías, bares y restaurantes obtenían una ganancia extra con muy pocos recursos. Bastaba una máquina (concesionada o alquilada en la mayoría de los casos), café (sin importar su origen y procedencia) y alguien que lo tirara en las tazas. Podía ser el bachero o el cajero, lo mismo daba. Pero todo cambió hace unos diez años, cuando irrumpió lo que hoy se conoce como la Tercera Ola del Café, una nueva tendencia que implicó cambios culturales y nuevos conceptos a la hora de hablar del verdadero oro negro. Y si bien todavía queda mucho por mejorar, los cafeteros ya se convierten en baristas, hay más marcas y variedades para elegir y cada vez hay más curiosidad del público consumidor.

Hoy, el café es la segunda bebida más consumida en el mundo después del agua, y quizás por eso sí importa. Se lo cuida, se lo prepara y se lo degusta con verdadera dedicación. En una gimnasia similar a la que sucedió con el despertar del vino argentino –cuando el tinto dejó de ser solo un tinto para ser un malbec, un sirah o un cabernet, por ejemplo– el café encontró un nuevo rumbo (y un nuevo destino a la vez) en el café de especialidad. Con independencia del método que se utilice para prepararlo, el café de especialidad surgió en las cuevas reservadas para unos pocos y se trasladó a las casas, donde se intenta reproducir el espíritu central de la cuestión: vivir la experiencia del buen café.

### SER ESPECIAL O NO SER

La Specialty Coffee Association –la organización que reúne a los profesionales del café, desde productores a baristas– le asigna al café un puntaje que va de 0 a 100. Dicha puntuación considera si el proceso fue orgánico o no, si la selección de granos fue manual o realizada por máquinas, el raspaje del grano, a qué altura sobre el nivel del mar creció, y otros factores. Con estos parámetros como referencia, se dice que el café de especialidad es de 85 puntos en adelante, el de calidad tiene alrededor de 70 y el resto

–torrados, instantáneos, en saquitos– vendrían a ser algo así como el paco del café.

### LO PRIMERO: NO AL CAFÉ TORRADO

Lo que se aprende afuera sigue en casa. “Lo que no hay que consumir es el café torrado, porque ni siquiera es café natural”, explica Sabrina Cuculiansky, directora de la feria “Exigí Buen Café” y autora de *El Libro del Café* (Catapulta Editores).

El café se obtiene del cafeto, una planta que da un fruto rojo (la drupa, también llamada la cereza de café), de donde se extraen los granos, que en un comienzo tienen un color verde pálido. Después se realiza el proceso de tostado, que hace que el grano aumente su volumen y tome su característico color marrón dorado y su aroma. Si los granos son de buena calidad, bastará con el tostado para que el café tenga un buen cuerpo, huela y sepa bien.

“El torrado se hace con un grano de café de muy mala calidad al que, durante el proceso de tostado, se le agrega azúcar. Si el café se tuesta a más de 200 grados, ¿qué pasa con el azúcar a esa temperatura? No se carameliza, se quema”, explica. Es por eso que lo primero que se siente al probar uno de los típicos cafés que venden en el supermercado (el 90 % es torrado, aunque cada vez hay más opciones que indican “sin azúcar”) es un gusto amargo, porque es el resultado de algo quemado. El café torrado está prohibido en todo el mundo menos en cinco países: Uruguay, Paraguay, Bolivia, España y Argentina; y España ya lo está por prohibir. “El café torrado es una pequeña estafa: cuando se le agrega azúcar aumenta su volumen, por ende, pesa más la bolsa”, aporta Cuculiansky.

### EL INSTANTÁNEO, EL CAFÉ DEL PUEBLO

La Primera Ola del Café tuvo lugar durante la Segunda Guerra Mundial, cuando Nestlé le dio una solución a una necesidad: la de poner el café al alcance de los soldados. El invento se masificó y logró salir de las trincheras, al punto de todavía ser hoy la prin-

cipal opción en muchas casas, donde el café “se bate” y no se prepara. El café instantáneo es, básicamente, café deshidratado, al que se le pueden añadir otros componentes como leche en polvo, chocolate, azúcar o canela, según la variedad de la que se trate. Esos, aunque resulte casi obvio decirlo, no son cafés, sino bebidas que utilizan el café como base. Entre los instantáneos más clásicos como el Dolca o el Arlistán, se destaca el Nescafé Gold, el más aceptado aún entre los especialistas, que se caracteriza por la variedad que utiliza: 100 % arábicas.

### EL CAFÉ, PURO DESDE EL ORIGEN

Una vez definido qué es lo que no se debe consumir, existe todo un mundo por descubrir. Las dos variedades más difundidas de cafetos son las arábicas y las robustas. De la arábica resulta un café con menos cuerpo y menos cafeína, pero más complejo en aromas y sabores. La robusta tiene más cafeína, es más amarga (justamente porque la cafeína es un alcaloide, y los alcaloides son amargos) y suele decirse que tiene menor calidad por las zonas donde se la cultiva. La mayoría de las plantaciones se encuentran en una zona que se conoce como la franja del café, un cinturón ubicado entre los trópicos de Cáncer y de Capricornio. La clasificación más simple permite decir que existen cafés de origen –de Colombia, de Etiopía, de Brasil o de Guatemala, cada uno con sus características aromáticas y de sabor, que dependen del clima y la altura– y *blends*, que son mezclas hechas por especialistas para lograr un abanico de sabores más amplio.

### EL CAFÉ PERFECTO, EN CASA

En los supermercados se pueden encontrar cafés de calidad (no de especialidad) por un precio no prohibitivo. Cualquiera que en su empaque indique que no contiene azúcar será mejor que cualquier torrado. Café Martínez (disponible en sus decenas de sucursales) comercializa variedades solo tostadas (Italiano, Moka, Brasil, Colombia) y Cabrales permite identificar por sus colores sus cafés sin azúcar agregada: el blanco (de Colombia, puro de origen), el violeta (tostado medio) y el negro (más intenso). En



## BEBER



CHEMEX



AEROPRESS



MOKA



PRESA FRANCESA



ESPRESSO

los locales de Bonafide también es posible conseguir café tostado no torrado, en sus variedades Selección, Express o Superior. Ahora, si lo que se busca es subir la vara, una buena manera de empezar a tomar café de especialidad en casa es comprar en los mismos lugares en donde se sirve. En esas pequeñas cuevas de café suelen vender el mismo grano que ellos utilizan, de distintos orígenes e incluso *blends* especiales. En Negro (Suipacha 637, Microcentro) venden café de distintos orígenes, pero vale la pena probar el *blend* de la casa; en LAB Tostadores de Café (Humboldt 1542, Palermo) se pueden conseguir orígenes de Congo, Kenya y Brasil, todos con sus especificaciones de altura y notas de sabor en el empaque, para hacer más interesante la experiencia.

Si no se dispone de un molinillo, allí mismo se puede pedir que lo muelan (es recomendable no comprar más de ½ kilo, para no perder frescura) de acuerdo al tipo de máquina de café que se tenga en casa, porque no es lo mismo una espresso que una Aeropress, una Chémex o una automática. Esta última, la clásica de filtro que hace todo sola, siempre utiliza un sistema de goteo similar y solo se diferencia en el aspecto exterior, algo para nada menor en los electrodomésticos modernos. “Hoy los aparatos conviven en las cocinas con el resto de los elementos y forman parte de su decoración, y por eso nosotros intentamos darle siempre un toque funcional o visual extra y diferente”, explica María Belén Méndez, de

Ultracomb. Este factor –el visual, el minimalista– es típico de la Cuarta Ola de Café, la que se dice estamos transitando en la actualidad.

### DIFERENTES OPCIONES PARA ANIMARSE A EXPERIMENTAR

“Un café perfecto no tiene que ser siempre

básicas: qué cafetera se va a usar (espresso, moka, melitta), qué molienda es la indicada para esa máquina (fino para espresso, medio para una cafetera automática, grueso para una prensa francesa) y cuánto tiempo va a estar el café en contacto con el agua: no son lo mismo los 3 ó 4 minutos que necesita una émbolo que los 30 segundos necesarios para extraer un espresso. Siempre conviene preguntar para aprender.

### EN CÁPSULA

Las máquinas de café con el sistema de cápsulas proponen simplificar el proceso y asegurar que el resultado sea siempre el mismo. Qué tan bueno y qué tan malo sea dependerá de qué contenga cada cápsula en su interior. Nespresso no inventó el sistema de cápsulas, pero sin dudas fue quien mejor lo implementó gracias a su variedad de *grand crus*, con cafés de origen y *blends* de receta propia. “El oxígeno y la humedad son los enemigos naturales del café”, explican desde la firma, “y la exposición a esos factores destruye y oxida todo su sabor y aroma”. La cápsula de aluminio –un material reciclable al infinito– lo pone a resguardo y lo mantiene como recién molido. Las cápsulas alternativas –en el país por ahora sólo se consiguen las de La Virginia– suponen una opción más económica (aunque no demasiado), pero el resultado dista mucho del ideal.

un espres- so”, dice Cuculiansky. “En un café perfecto uno tiene que poder sentir el amargo, el dulce, el cuerpo, la acidez y que sean congruentes con lo que se supone que el origen de ese café va a dar”, explica. “No es necesario ser barista, sino tener en cuenta ciertas características

Del mismo modo, es conveniente saber que el café más fuerte no siempre es el que tiene más cafeína: la cafeína es una sustancia soluble en agua (a más agua, más cafeína), por lo que un café doble suave puede tener más cafeína que un ristretto. La intensidad del sabor está relacionada con el nivel de tostado de los granos: un espresso puede ser más suave o más intenso de acuerdo al tostado, sin dejar de ser un espresso. La crema, por su parte (no se le dice espuma) ayuda a mantener la temperatura del líquido, y evita que se volatilicen los más de 900 aromas que se encuentran en una taza de espresso.

El café es el segundo *commodity* más comercializado a nivel mundial después del petróleo. En el mundo se consumen 17,5 millones de tazas de café por día. En Argentina, por año se consume en promedio per cápita un kilo de café en todas sus versiones, claros indicadores de que sobran las oportunidades para probar cafés en sus distintas versiones, descubrir los diferentes sabores y elegir el favorito de cada uno. Animarse a explorar y experimentar, esa es la cuestión.■

## THE PATRÓN MOJITO.

TURN AN ORDINARY MOJITO INTO AN  
EXTRAORDINARY ONE. MAKE IT A PATRÓN MOJITO.



SIMPLY PERFECT  
COCKTAILS



DISTRIBUIDO POR WINE-SUPPLY. BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

# EL CORTE INGLÉS

*Desmond Payne, maestro destilador de Beefeater, estuvo en la Argentina y nos explicó las claves para reconocer un buen gin.*



Antes de comprar una pequeña destilería en el barrio Chelsea de Londres por apenas 400 libras, James Burroughs había conducido una exitosa farmacia en Toronto, Canadá. Tenía 28 años en 1863, cuando decidió que su excursión por América había sido suficiente y regresó a su país para empeñar todos sus conocimientos químicos en concebir una bebida perfecta. En 1876 destiló la primera versión del Gin Beefeater, nombrado así en homenaje a los icónicos guardias de la Torre de Londres (quienes todos los años, hasta el día de hoy, reciben su botella de regalo). 20 años después, la bebida ya era el emblema de la compañía y tenía su fórmula escrita, con 8 ingredien-

tes fundamentales además de las bayas de enebro (base de todo gin): semillas y raíces de angélica, piel de limón, piel de naranja, regaliz, raíz de orris, almendra y cilantro.

“El enebro crece de manera silvestre –no se cultiva– y es sometido a un proceso de evaluación muy estricto en el que se extraen 200 muestras por año de las bayas. Lo mismo sucede con el resto de las hierbas e ingredientes, que tienen un estándar de calidad muy alto”. Quien habla es Desmond Payne, *master distiller* de Beefeater desde 1995 y jugador clave del mercado del gin, que en septiembre cumple 50 años en la industria, desde sus comienzos en Sea-

ger Evans & Co. Payne estuvo de visita en la Argentina para dar *master classes* con bartenders locales y conocer a los principales vendedores, y conversó con Playboy acerca de sus tareas, que se extienden desde la selección de las bayas de enebro hasta el debate con las nuevas generaciones de *bartenders* sobre las últimas tendencias en cócteles.

Payne comandó la renovación de la marca luego de que la adquiriera Pernod Ricard, en 2005. Habiendo custodiado la receta durante tanto tiempo, pasó a crear la suya en 2008, con el gin Premium Beefeater 24. Este gin, que se vende en la Argentina desde el año pasado (a \$ 828), está fuertemente influenciado por los viajes de Payne al Japón, donde descubrió los potenciales de los téis verdes chino y japonés –llamado Sencha– para lograr una mezcla interesantísima. Poco después, en 2013, llevó adelante el proyecto “Borough’s Reserve”, basado en una receta de 1860 del fundador de Beefeater y destilado manualmente en un alambique número 12 (de solo 268 litros) como el que se usaba en el siglo XIX. Su posterior crianza en barricas de roble de Bourdeaux lo convierten en un producto superior.

“Beefeater es un fiel exponente del estilo clásico, profundo y seco, de un London Dry”, dice Payne. “Lo que lo caracteriza es su versatilidad, que es lo que explica básicamente el éxito del gin en todo el mundo: su capacidad para combinar con muchos otros ingredientes”. La palabra clave es el balance, además, por supuesto, de la calidad de sus ingredientes: “Al igual que en un cóctel, tan importante como sus componentes es que estén bien balanceados”. El trabajo de Payne consiste en explorar aromas y sabores para combinarlos en una fórmula que necesita ser tan tradicional como moderna. Y eso requiere de habilidades especiales.

*¿Cuánto de ciencia y cuanto de arte hay en su trabajo?*

–Yo considero a la destilación más un arte que una ciencia, quizás porque no soy un científico. Probablemente sea una combinación de ambas. Lo cierto es que la ciencia es una excelente forma de probar lo que proviene de la inspiración y la improvisación. Y si eso sucede en un gin, mejor todavía. ■



 **PLAYBOY** SHOP.com

*Exclusively from Playboy. Shop now.*

# LA MANSIÓN MILIÓN

*En su barra se acodan todas las generaciones, su jardín es un oasis urbano y de su cocina se despachan platos imbatibles. También alberga arte, música, drama, historia. Así es la casa de un millón de virtudes.*



FOTO: ANDREA VASCO Y DOSE MEDIA

Una antigua entrada para carruajes que desemboca en un jardín. Un gran árbol de nisperos. Una imponente escalera de mármol de carrara que lleva a un salón con una barra iluminada. La foto de un hombre con un puñal clavado en el corazón, solemne y gigante: *El mártir*, emblemática obra de Marcos López. Mesas con manteles blancos por un lado, y banquetas altas en la cercanía de los bartenders por el otro. Milión no se define de una sola forma: es sofisticación, noche, coctelería y arte, pero también es día, gastronomía, fines de semana al aire libre. Y es, ante todo, un ícono de la escena porteña en continua renovación desde hace más de dieciocho años.

## COPAS Y PLATOS

La mansión de Paraná 1048, en Recoleta, data de hace más de cien años, algo que se deja ver en su diseño neoclásico de estilo francés; pero está activa como bar y restaurante desde 1999, cuando se decidió convertir su gran jardín, sus pintorescos salones, su altílo y el total de sus mil cuarenta y ocho metros cuadrados en lo que hoy conocemos como Milión. Es uno de los nombres precursores de la buena coctelería en Buenos Aires, con una barra siempre resplandeciente, botellas de lujo y bartenders profesionales despachando tragos clásicos y de autor. En cualquier tarde de copas (hay *happy hour* de 17 a 21 horas) o en una noche de desvelo, se pueden pedir cócteles como Ginger Smash (Jameson, menta, jengibre,

limón, almíbar), Ella y Yo (pisco, Martini Bitter, Cointreau, limón, clara de huevo) o Yo no tengo un San Valentín (Bacardi Blanco y Dorado, Saint Germain, lima, jugo de arándanos, tónica). Para acompañar, tapas y platos en manos de la chef Virginia Taboada, que creó un nuevo menú: croquetas de espinaca con gazpacho, ceviche, tortilla española, pulpo tiernizado, ternera braseada y más. Cada sábado al mediodía abre sus puertas para el *brunch*, tiene menú ejecutivo durante la semana y ahora estrenó delivery, aunque sin lugar a dudas conviene acercarse para deleitarse con sus ornamentos europeos y recorrer sus pisos de roble. Se puede elegir entre acodarse en la barra, sentarse en una mesa del salón comedor con vista a la calle, encontrar un rincón cercano a la chimenea o retirarse a un sector más íntimo en la segunda planta, hogar de otra apuesta fuerte de Milión.

## ARTE, ARTE, ARTE

Allí, donde originalmente había cinco dormitorios, hoy hay livings ideales para tapear, beber y admirar las muestras e intervenciones de artistas locales e internacionales. Milión es una suerte de museo vivo: junto al trajín de las copas, las conversaciones y las conquistas, se desenvuelve una dimensión cultural que comprende ciclos de música de bandas y DJs, proyecciones, concursos de fotografía y pintura, *performances* y otras expresiones. En 2017, una de las propuestas más importantes es *Pase y cierre la puerta*, idea y producción de Juan Ignacio Retamal, un ciclo de diez capítulos que se desarrolla hasta diciembre en la segunda planta de la casa, con diferentes artistas transformando el tiempo y el espacio simultáneamente en ocho habitaciones. A partir de un mapa que señala los cuartos, el visitante decide qué puerta abrir y con qué encontrarse: *happenings*, instalaciones, personajes, objetos en movimiento, música y poesía.

## ESCALERA AL CIELO

Milión no se agota en un piso, ni en dos, como tampoco se agotan sus atractivos, en apariencia infinitos. El tercer piso de la casa, recuperado recientemente, se desdobra en dos conceptos: por un lado, la sala de teatro, con una programación que cambia cada dos meses; por el otro, La Boite, un altílo ambientado con luces tenues, mesas bajas y sillones, perfecto para celebraciones entre pocos o presentaciones especiales. Las reservas y consultas se pueden hacer por teléfono (4815-9925) o por Facebook (/millionarg). ■

¿QUÉ HACE  
LATIR MÁS FUERTE  
A TU CORAZÓN?



ENRIQUE IGLESIAS

**ADRENALINE**  
THE NEW FRAGRANCE



# GAME OVER

*La serie de HBO se acerca al final y no deja de acumular récords que la posicionan como uno de los productos televisivos más exitosos de todos los tiempos. Es fácil decirlo ahora, en la séptima temporada, cuando solo queda una última a estrenar en 2018 o 2019. Pero esto no siempre fue así.*

“Sirvientes, espadas y sexo triste” fue el título de la crítica que publicó *The Wall Street Journal* previo al estreno de *Game of Thrones*, allá por abril de 2011. “Hay aspectos sexuales metidos para que el público femenino tenga algo, por el miedo justificado de que probablemente ninguna mujer viva miraría la serie de otro modo, ya que es ficción para varones que trata de seducir a la otra mitad de la población de manera condescendiente”, dijo el *New York Times*. Y no eran la excepción, sino la regla. Dragones, zombies de hielo, sangre y piel no parecían la combinación ideal para la TV de la época. Hoy, tras seis temporadas y frente a la esperadísima séptima y anteúltima -quedan solo 13 episodios-, ¿cambió el show o cambió la forma en la que se lo ve? ¿Cómo fue que una temática considerada “de nicho” conquistó el mundo?

Actualmente bate récords, es favorita de los críticos y se la señala como una de las ficciones más “feministas” -gracias a un amplio

abanico de mujeres bien escritas-, en una coyuntura en la que se analiza con lupa cada diálogo y acción. En los medios especializados y no tanto ya está instalada la idea de que

POR **IORELLA SARGENTI**

*Game of Thrones* es la serie más popular de todos los tiempos: obtuvo el récord Guinness por haber sido transmitida en 173 países de forma simultánea, tiene el tráiler más visto de la televisión (61 millones de vistas en 24 horas), es la más premiada en la historia de los Emmy (lleva 35 estatuillas obtenidas) y desde 2012 también es la más pirateada (según el blog TorrentFreak). De alguna manera, una historia de “sirvientes, espadas y sexo triste” logró conquistar a una demográfica enorme y variada, la meta dorada de casi todo producto en el *show business*.

Pero para entender el fenómeno que hizo que Jon Snow, Tyrion Lannister y la *khaleesi* se convirtieran en nombres globalizados y vedettes de los medios y las redes, hay que poner en contexto su aparición en pantalla. *Canción de hielo y fuego* es la saga literaria

de George R. R. Martin en la que se basa el programa. Actualmente tiene cinco libros editados, con un muy demorado sexto tomo (*Vientos de invierno*), que debería salir en cualquier momento. Su camino hacia el Trono de Hierro de la cultura pop, desde la primera publicación en 1996 hasta el *hype* que protagoniza ahora, habla de una gran transformación en cuanto a consumos culturales masivos: cambiaron el qué, el cómo y el cuándo.

Para 2010 ya se debatía sobre la segunda era dorada de la televisión y los shows más prestigiosos estaban lejos de la ciencia ficción y la fantasía, con *Mad Men*, *Breaking Bad* y *Boardwalk Empire* a la cabeza. La gran sorpresa la había dado *The Walking Dead*, que tras el boom de *Crepúsculo* logró que se creyera que los zombies eran los nuevos vampiros. Parecía difícil que otro contenido tan “clase b”, reservado para “nerds” se colara dentro del *mainstream*. Hasta ese momento los productos de género *fantasy* eran considerados entretenimiento inferior en la pan-



talla chica. Solo *El señor de los anillos*, en cine, había conseguido conquistar a las grandes masas de forma internacional. Al mismo tiempo, desde lo técnico se iba instalando el *on demand* y empezaba a surgir la idea del *streaming*, mientras el DVD empezaba a despedirse.

HBO estuvo a la cabeza de este renacer televisivo, considerado factoría de prestigio y buena calidad, gracias a series como *Oz*, *The Wire*, *Six Feet Under*, *In Treatment*, *Big Love* y, por sobre todas las otras, *Los Soprano*. Desde un primer momento su estilo quedó asociado con productos maduros, oscuros, de gran exploración sobre la moral y la psiquis, con la capacidad de poner escenas de sexo y violencia sin perder nada, por ser contenido *premium*. Por eso es que sonaba tan arriesgado que decidieran adaptar una historia sobre una tierra medieval inventada, con magia y una extensa y compleja mitología. Ahí aparecen las figuras de David Benioff y D.B. Weiss, *showrunners* de *GoT*, quienes desde un primer momento se plantearon evitar el tono kitsch de títulos televisivos previos como *Xena: La Princesa Guerrera*. La clave estuvo en darle forma y profundidad a los personajes (Martin es muy cuidadoso con las motivaciones que, después de todo, son la columna sobre la que se construye todo), generar un

ritmo atrapante y claro, tomarse cada escena tan en serio como si fuera un drama clásico y sí, en un primer momento atraer público con erotismo cuasi *softcore*.

Pero no solo fue modificándose el modo en el que se accedía a este tipo de programas, sino también el vínculo que se generaba con ellos. Las redes sociales fueron creciendo a la par de *Game of Thrones* y lo que en décadas pasadas se hablaba en foros especializados en la web profunda ahora es la carne que da forma a Internet: reacciones, teorías, debates, memes y *spoilers*. Esta exposición online fue vital para que año a año se sumaran cada vez más espectadores. De 2.52 millones en la primera temporada pasó a 7.69 en la sexta, y eso es solo en Estados Unidos. Según el canal, en 2016 tuvo un promedio de 25.1 millones global por capítulo (sumando cable tradicional, grabación digital, HBO On Demand, HBO GO y HBO Now).

Desde USA algunos se aventuran a decir que el éxito de tramas como las de *The Walking Dead* y *Game of Thrones* está relacionado con una necesidad de escapismo en un mundo poscrisis financiera internacional, pero como contraargumento uno podría decir que estos shows demuestran lo que el terror, la fantasía y la ciencia ficción vienen haciendo

desde siempre, solo que antes con públicos segmentados: servir como metáfora para entender y atender la realidad. Benioff y Weiss supieron ver que Martin había usado las herramientas del género para desarrollar problemáticas modernas y eternas, como la religión, el sexismo, la discriminación, filosofía y política. En cada temporada hay momentos y diálogos que tocan dilemas tan actuales que parecen salidos directamente de nuestro *zeitgeist* colectivo (alcanza con leer las grandes frases de Tyrion, “el enano”) y quedan resonando en quien puede maratonear episodios con algo de atención.

Pasaron seis años del lanzamiento de *Game of Thrones* y nuestro mundo no es el mismo. Queremos ver lo que se nos cante, cuándo se nos cante y cómo se nos cante. Mirar programas de televisión en los que hay hechiceros y criaturas mitológicas ya no carga ningún estigma, y los consumos culturales pop se llevan en la camiseta, el celular y la piel. En una realidad en la que estamos a un click de distancia de cualquier historia, el nicho es todo y nada. Llegamos a *Game of Thrones* por los desnudos y la sangre, pero nos quedamos por los personajes, los diálogos y las historias. Cambió la serie, se perfeccionó, evolucionó, se sofisticó, pero más cambiamos nosotros. Solo era cuestión de tiempo. ■



## JUEGO DE FRASES

El culto a *Game of Thrones* llegó a rincones *a priori* inimaginables. Y la política no podía quedarse afuera. No solo Cristina Kirchner se declaró fan de la serie en plena cadena nacional sino que Pablo Iglesias, líder del PODEMOS, el joven partido español, coordinó y prologó el libro de análisis *Ganar o morir. Lecciones políticas en Juego de tronos*, de 2014. Un año después, le regaló los DVDs de la serie al Rey Felipe IV, en una salida de protocolo comentadísima en la península ibérica. Trátese de un gesto rebelde o una gambeta marketinera, lo cierto es que las intrigas de *Game of Thrones* te ponen a pensar. Y a lo largo de estas siete temporadas dejó frases de antología:



**Cersei Lannister**

*“Los dioses no tienen misericordia, por eso son dioses”.*



**Daario Naharis**

*“Todos los soberanos son carniceros o carne”.*



**Littlefinger**

*“El caos no es un pozo, es una escalera”.*



**Ned Stark**

*“Cuando cae la nieve y sopla el viento blanco, el lobo solitario muere, pero la manada sobrevive”.*



**Tyrion Lannister**

*“¿Con qué derecho juzga el lobo al león?”.*



**Lord Varys**

*“El poder reside donde los hombres creen que reside. Es un truco, una sombra en la pared, y un hombre muy pequeño puede generar una sombra muy grande”.*



**Tywin Lannister**

*“Un hombre que necesita decir ‘yo soy el rey’ no es un verdadero rey”.*



**APUESTO**

ZAPATOS Y ESENCIALES PARA EL HOMBRE

BUENOS AIRES  
El Salvador 5772 - Palermo

ONLINE STORE  
[APUESTOHOMBRE.COM](http://APUESTOHOMBRE.COM)

MONTEVIDEO  
Solano García 2487 - Punta Carretas



# EL GUARDIÁN DE LA INFANCIA

*Hayao Miyazaki moldeó la niñez de millones de fans alrededor del mundo. Creó universos y criaturas con épica y ternura y se retiró unas cuantas veces, pero otra vez está de vuelta. El Museo Ghibli, en el suburbio tókaiota de Mitaka, materializa los sueños y pesadillas del director de animación más prolífico de la historia y más trascendente desde Disney.*

Si le preguntan, el director del Museo Ghibli Kiyofumi Nakajima dice que su lugar favorito es la habitación de dos entradas que está a la derecha de la escalera de ingreso. Es un cubículo junto al ascensor central que no tiene más de un metro cuadrado, y uno de alto. A su lado, el elevador es una estructura de hierro en réplica del que Hayao Miyazaki imaginó para la casa de baños de *El viaje de Chihiro* (2001), la lisérgica pesadilla infantil que *The New York Times* rankeó como segundo mejor film del siglo XXI.

Pero la pequeña habitación no tiene nada mágico. Es un vacío, un paréntesis. Una antecámara de la fantasía que sobrevuela

el resto del museo. “No sé por qué Miyazaki lo puso aquí, pero me encanta”, dice Nakajima divirtiéndose. Tal vez esté ahí como metáfora arquitectónica de esos lapsos de su cine en los que la historia no avanza pero los personajes -casi siempre mujeres- hacen un hiato de contemplación en los que el espectador experimenta el tiempo y el espacio, reparando en los escenarios. “Tenemos una palabra para eso en japonés”, le dijo Miyazaki al crítico

Roger Ebert en 2002. “Se llama ‘ma’. Vacío. Está ahí intencionalmente para que la tensión pueda crecer en una dimensión más amplia”.

Pero eso es apenas una parte. Un recurso

para enfatizar el todo. Las películas de Miyazaki son creaciones monumentales que trabajan sobre lo minúsculo, la aventura y la imaginación desmesurada de la niñez, que se detienen en el detalle para hablar de lo universal. Por eso son tan exitosas dentro y fuera de Japón. De los doce títulos de Miyazaki, cuatro están entre las diez películas más vistas en la historia de su país. La mencionada *El viaje de Chihiro* recaudó \$ 289 millones a nivel global y superó a *Titanic* en la isla, convirtiéndose en el largometraje más taquillero con una recaudación de 30,4 billones de yenes.

La película fue escrita y dirigida por Miyazaki luego de uno de sus famosos “retiros”: contando el que acaba de romper este año

POR **LUCIANO LAHITEAU**



## CINE



-trabaja en un proyecto a estrenarse antes de Tokio 2020-, ya son cinco los anuncios de jubilación del hombre nacido en Bunkyo en 1941. “Quería retirarme -confirmó en 2001- pero la vida no es así de fácil. Quería hacer una película para las hijas de mis amigos. Abrí todos los cajones de mi mente y estaban vacíos. Así que me di cuenta de que tenía que hacer una película solo para niños de 10 años, y *El viaje de Chihiro* es mi respuesta”. Después de aquel *hit* de popularidad y crítica -la película ganó 6 premios, incluidos el Oso de Oro en Berlín y el Óscar a mejor animación- Miyazaki filmó otras cuatro historias.

*El viento se levanta* (2013), hasta ahora la última, es una *biopic* de Jirō Horikoshi, uno de los ingenieros que posibilitó el salto tecnológico de la aviación japonesa en la primera mitad del siglo XX. Fue el proyecto más personal y polémico de Miyazaki. Hablaba de su infancia en la fábrica que su padre montó para proveer aletas de cola a la fuerza aérea; de cuando se soñaba atravesando el cielo de Kanuma, donde creció. Y tocaba una tecla sensible para el fino equilibrio entre el ancestral nacionalismo japonés y las actuales relaciones epistolares con Estados Unidos, ya que Horikoshi diseñó las aeronaves que bombardearon Pearl Harbor. Algo de la tensión de aquel momento puede verse en *El reino de los sueños y la locura*, el documental que Mami Sunada rodó en 2013, cuando el director ya era considerado un tesoro nacional. El trabajo de Sunada fue un aporte a la consolidación del legado de Miyazaki, el hombre más importante para la animación desde Walt Disney. En 2014, la Academia distinguió su obra con un Premio Honorario, el segundo para un director japonés luego de que Akira Kurosawa lo recibiera en 1990. Aquella noche, el director creativo de Pixar John Lasseter lo definió como la persona “más original que alguna vez haya trabajado en nuestro medio”. El creador de *Toy Story* y

*Cars* dijo que ver *El castillo de Cagliostro* en 1979 le cambió la vida. “Tenía aventura, corazón, acción y humor. ¡Estaba hecha con tanto estilo y sofisticación! Y con un hermoso ojo para los detalles del comportamiento humano”. La ópera prima de Miyazaki “probaba que, como había mostrado Disney muchos años antes, la animación de verdad era para personas de todas las edades”.

El éxito del cine de Pixar puede leerse como una victoria de Miyazaki. Sus películas tienen un público *crossover* pero su sistema de significación está anclado en la niñez, esa instancia de sueños y miedos desmesurados que todos hemos atravesado. Así se lo explicó a Ebert: “Lo que hemos estado tratando de hacer desde los 70 es aquietar las cosas un poco; no bombardear con ruido y distracción. Y seguir el camino de los sentimientos y emociones de los chicos al hacer una película. Si te mantienes atento a la diversión, el asombro y la empatía, no necesitas violencia ni acción permanente. Ellos te van a seguir”.

Miyazaki ahorró palabras al recibir la estatuilla. Celebró no haber sufrido la guerra y ser parte de “la última era en la que seremos capaces de hacer películas con lápiz, papel y filmico”. Ghibli tiene unos 400 empleados, pero Miyazaki esboza todas las escenas a mano en *storyboards* en los que sigue trabajando mientras el personal plasma en papel cada *frame*. Incluso el color se hace a mano. No hay guiones preestablecidos, por lo que los artistas trabajan a ciegas en originales que luego se montan digitalmente.

Todo ese mecanismo artesanal está expuesto en el Museo Ghibli, un edificio color canela escondido en el parque Inokashira de Mitaka, a media hora de tren de la estación central de Shinjuku, en Tokio. La distancia entre la estación de Mitaka y el museo es una placentera caminata de diez minutos por un sendero que cruza Inokashira, sus canchas de béisbol y su zoológico, entre

cerezos y autos eléctricos que pasan como zumbidos por la avenida Kichijoji.

El maestro Miyazaki diseñó e inauguró el museo en 2001, lejos del Estudio Ghibli donde trabaja, un bloque racionalista ubicado en Koganei, en el centro de Tokio. Hizo que lo rodearan de árboles y pintaran con colores pasteles. Que sus salas sirvieran para revelar a los niños los trucos visuales que permitieron la creación del cine. Y más tarde ubicó un Totoro de felpa gigante a la entrada y uno de los robots ecologistas de *El castillo en el cielo* (2010) en la terraza, el único lugar del museo donde pueden tomarse fotografías.

Las entradas solo se consiguen por anticipado al valor de 1000 yenes (unos 9 dólares). Son válidos para un día y un horario determinados y se venden en los cinco continentes con más de cuatro meses de anticipación. Los visitantes son madres e hijas, grupos de amigos, matrimonios y niños que transitan habitaciones empapeladas con *storyboards* de *Nausicaä del Valle del Viento* (1984) o *La princesa Mononoke* (1997), ven cómo se trata el color en las películas o se suben a un enorme gato-bus de peluche, otra de las criaturas fantásticas de *Mi vecino Totoro* (1988) antes de arrasar con la tienda de regalos homologados por Ghibli. O van al Cine Saturno donde se proyectan mediotrajados que solo pueden verse ahí. Como *La araña de agua Monmon*, donde la protagonista se enamora de una mosquito que se desliza sobre la superficie, una historia que puede emocionar a cualquiera en cualquier parte y que transcurre en un mundo de pocos centímetros cuadrados.

En un pasaje de *El reino de los sueños y la locura* Miyazaki fuma mirando a ninguna parte. Como en uno de esos ‘ma’ que ideó para sus personajes. “A veces me pongo a pensar en el fin del mundo y cosas así -dice sin volver la cara a cámara-. Pero nunca le diría eso a un niño. Los niños son lo que me motivan. Los niños recuerdan las cosas”. ■



CIENCIA

# ¿VIENEN POR EL AGUA?

POR **DAVID LEVITÁN**



*Un fantasma recorre el mundo: ¿nos estaremos quedando sin agua? El calentamiento global nos recuerda la distopía de Waterworld mientras los argentinos creemos que la humanidad entera codicia nuestras reservas. Mientras tanto, hay gente que trabaja en serio porque no nos muramos de sed.*

A medida que aumenta la población mundial y las sociedades se tecnifican y complejizan, la contaminación crece en medida proporcional y se necesitan mayores cantidades de recursos. Entre ellos está el agua, el elemento vital, que requerimos para beber, pero también para preparar comidas, limpiar y hasta para que el portero pueda regar la vereda. La huella hídrica (en inglés, *water footprint*) es una medida usada por los especialistas en medio ambiente que suma la cantidad de agua usada directa o indirectamente para producir un bien de consumo, ya sea porque es contaminada, evaporada o utilizada y modificada de alguna manera. Los números son impresionantes: hacen falta 70 litros de agua para producir 1 solo litro de gaseosa, y hasta 15400 litros para producir 1 kg de carne vacuna. La desertificación de regiones enteras del mundo debido al cambio climático hace pensar que la escasez de agua, que hoy afecta a casi la mitad de la población mundial, va a tender a agravarse en los próximos años, haciendo del acceso al agua un tema de importancia estratégica para regiones enteras del mundo.

En el año 2002, la entonces diputada y luego candidata presidencial por el ARI Elisa Carrió planteó en una entrevista con Jorge Lanata que el poder económico extranjero venía "por la tierra y por el agua", por el precio "de remate" al que estaba buena parte de nuestro territorio luego de la crisis de 2001. Quince años después, magnates de todas partes del mundo han comprado extensas porciones del país, llegando a bloquear el acceso a cuerpos de agua como el caso del británico Joe Lewis y su propiedad alrededor del Lago Escondido, al sur de Bariloche en Río Negro. Cabe preguntarse si los vaticinios de la profética candidata se volvieron realidad: ¿el agua se encamina a ser más valiosa que el petróleo? ¿nos vamos a quedar sin líquido?

### DÉJALA CORRER

En *Waterworld*, la película de 1995, la imaginación post-apocalíptica resultó en un mundo completamente inundado gracias al derretimiento de los polos: un océano total.

Allí, Kevin Costner usa una pequeña bomba manual para convertir la primer orina de la mañana en un trago de agua fresca. Millones de hombres, antes y después, hu-

bieran buscado un recurso menos escaso y menos repugnante: el agua de mar. En el mundo real, buena parte de la superficie del planeta está cubierta por agua, pero solo el 2,5 % es dulce, y de esta cantidad, la mayor parte se encuentra en los polos, congelada, o en fuentes de difícil acceso. Cómo hacer potable el agua salada es una de las batallas más universales de la humanidad y, para información del bueno de Costner, la tecnología que lo permite existe. Se llama *ósmosis inversa* y consiste en forzar el traspaso de agua salada a altas presiones a través de una membrana delgada, que admite el paso de las moléculas de agua pero no de la sal que tienen disuelta. El proceso se conoce al menos desde mediados del siglo 19, pero recién en la década de 1960 se creó un polímero sintético eficiente para concretarlo. A partir de allí hubo un intenso trabajo para obtener agua cada vez en mayor escala, llevando el proceso del laboratorio a enormes plantas industriales capaces de mover cientos de millones de litros de agua por día. Hoy, esta tecnología para convertir agua de mar en agua potable se usa extensamente en los países de medio oriente, particularmente en Arabia Saudita e Israel. En el primer caso, esta nueva tecnología está comenzando a reemplazar a los equipos que obtenían agua potable a través de la destilación de agua marina (es decir, hirviendo y condensando el vapor), un proceso que consume tanta energía que solo tiene sentido para un país que nada sobre petróleo.

En la tierra prometida, la tecnología de ósmosis inversa llega a producir casi la mitad del agua que consume el país, amén de sus eficientes sistemas para reutilizar las aguas residuales en la irrigación de sus cultivos. Con todo, aunque su precio viene disminuyendo rápidamente en los últimos diez años, estos nuevos sistemas siguen siendo alrededor de 20 veces más costosos en términos energéticos que lo que nos cuesta bombear agua desde el Río de la Plata y tratarla hoy en la Ciudad de Buenos Aires. El desarrollo de esta tecnología llevó incluso a colaboraciones entre países que hasta no hace tanto intercambiaban únicamente misiles, como Jordania e Israel. Están planeando en conjunto la construcción de una nueva planta desalinizadora, repartiendo lo producido entre palestinos, israelíes y jordanos, y aprovechando el

subproducto (agua muy salada) para rellenar el mar muerto, cuyo nivel viene bajando hace décadas. Al parecer, no va a hacer falta que "vengan por el agua" si la pueden compartir.

### HEAVY METAL

En Argentina tenemos un problema distinto, pero relativamente grave: mucha de nuestra agua dulce proveniente de pozos tiene niveles muy altos de Arsénico. El agua contaminada con arsénico no tiene sabor, olor ni color, por lo que no es sencillo de detectar. La ingestión de cantidades pequeñas de este elemento, que se acumula en el cuerpo durante toda nuestra vida, genera una serie de enfermedades que se conocen como HACRE (hidroarsenismo crónico regional endémico), y que va desde problemas en la piel hasta algunos tipos de cáncer. Se estima que en las 14 provincias en las que se ha detectado arsénico hay en total 4 millones de personas afectadas, muchas de ellas en comunidades pequeñas y dispersas que no cuentan con alternativas al agua de pozo.

En la actualidad se está trabajando bastante para solucionar este problema, varios grupos en Córdoba han desarrollado filtros hogareños económicos y fáciles de construir para retener el arsénico, aunque el principal problema sigue siendo llegar hasta todas las poblaciones afectadas. Con la intención de solucionar la dificultad que hay para detectar fácilmente la presencia de arsénico sin tener que llevar la muestra hasta un laboratorio, un grupo de investigadores y estudiantes de la Universidad de Buenos Aires diseñó una bacteria modificada genéticamente para detectar niveles altos de arsénico produciendo un cambio de color, y con esa bacteria modificada armaron un kit portátil muy económico para detectar si el agua es segura. El kit se llama SensAr, y le valió al grupo dirigido por el biólogo y doctor en química Alejandro Nadra varios premios nacionales e internacionales.

Sin agua no hay vida. Más allá de los avances tecnológicos que están poniendo los océanos a nuestro alcance, es necesario que aprendamos a no desperdiciar ni contaminar el agua para que las próximas generaciones tengan un mundo que habitar. Es el 60 % de nuestros cuerpos, también somos lo que tomamos. ■

# TOBACCO CIGAR



TOBACCO news  
1,000,000  
Y10

TOBACCO news  
10000  
Y10

TOBACCO news  
1000000  
Y10

Marlboro

WISCONSIN  
CIGARETTE  
LOWEST

PK HELP CANDY  
CIGARETTE  
CIGARS  
STATION

48



---

ARTE

# ¿QUIÉN ES ESE CHICO?

*Del Insituto Di Tella al sello Mandioca; de La Opinión de Timerman a la Playboy española; de Disney a Madonna. Las varias vidas de Daniel Melgarejo terminaron demasiado temprano: murió de SIDA justo cuando su trabajo comenzaba a despegar internacionalmente. Aquí, su historia.*

POR **FEDERICO LISICA**



Son los últimos meses de 1989. Tengo once años y con mi hermana mayor acompañamos a mi mamá hasta el 9º piso C del edificio donde vivimos en Constitución. Nos abre la dueña del departamento, miembro del consorcio como mi madre. Es una señora de más de setenta años que juega al tenis todos los días y fuma Marlboro Lights. Nos invita a pasar, nos sirve Tang de naranja y se sienta en el living a charlar sobre la administración con mamá. Hay un televisor prendido contra la ventana pero con mi hermana nos quedamos mirando una mesita ratona con un florero desnudo que sostiene unas filminas. Ya ni bebemos el jugo y hay un motivo: esos cuadraditos de plástico transparentes contienen dibujos de Madonna. Que quede claro: no se trata de María Louise Ciccone sino de una Madonna animada al estilo Betty Boop. Es Nikki Fin, su álter ego en *¿Quién es esa chica?*, la misma que bailó en el videoclip de la canción y en la secuencia de títulos de la película que habíamos visto el año anterior. Nikki sobrevuela un burbujeo multicolor, anguloso, xerográfico, propio de vieja escuela de animación, y en el que como buena mujercita fatal genera quilombo a su paso. Dicen que el animador Bill Plympton estuvo a punto de diseñar esa apertura. Pero escogieron a otro sujeto. De todo ello me enteraría después. Mucho después. Pero de lo que nos enteraríamos a poco de salir de ese departamento, era que el florero, en realidad, era una urna con las cenizas de Daniel Melgarejo, el autor de esa versión de la diva del pop. El dibujante había fallecido algunos meses antes, más precisamente el 8 de julio de 1989 a los 43 años, en el hospital Roosevelt de Nueva York, por las complicaciones derivadas del VIH/SIDA. El mismo día a ocho mil quinientos kilómetros de allí, Carlos Saúl Menem se paseaba con Zulema Yoma en un descapotable tras haber recibido el bastón y la banda presidencial de manos de Raúl Alfonsín.

### MALGREJO EN BUJOLANDIA

Daniel Melgarejo fue un ilustrador, historietista, vestuarista, escenógrafo, amante de la animación, que recaló sin tapujos en el universo publicitario y demás variantes del arte visual durante tres décadas de trabajo. Además de su obra hay que seguir su estela por diversas camadas: del Di Tella en los 60 a la revista de cómics *El Vibora* -uno de los estándares del postfranquismo en los 70-; así entre un sinfín de nombres, períodos e historias que se agolpan unas con otras. Un errante que dibujaba todo el tiempo. Hasta en las *paper bags* de los *delis* neoyorquinos de los 80.

“Daniel murió justo a punto de despegar. Cuando llamaste para la entrevista dije que sí por algo. Suelen preguntarme por el pasado y eso no me gusta tanto, ya no quiero volver a visitar lo que hice, pero con Daniel es distinto: siento que le debo algo”. Quien ha-

bla es Juan Orestes Gatti, el tipo que creó la tapa-estrella de *Artaud* de Pescado Rabioso, el traductor visual de varios de los pósters de las películas de Pedro Almodóvar, por mencionar dos de sus trabajos. Melgarejo fue un referente para muchos de su generación que, es cierto, lo trascendieron. Así parecen más nítidas las frases de otros de sus colegas como Hermenegildo Sábat, con quien trabajó en el mítico diario *La Opinión* (“...vivió los dibujos animados como si él fuera de celuloide”) y de Oscar Grillo que, para simplificar la cuestión, lo consideraba un genio (“Podía dibujar con ambas manos y a menudo sobre dos dibujos diferentes al mismo tiempo...”). Y entonces sí, la imagen sigue tomando forma, un movimiento más amplio, como en el final de *¿Quién engañó a Roger Rabbit?*, hacia la Bujolandia de Melgarejo.

### MAMI, CUMPLÍ EL SUEÑO DE MI VIDA

Pasaron más de dieciocho años hasta que volví a entrar a ese departamento. María Teresa Melgarejo ha dejado de fumar (no hace mucho), de tanto en tanto juega al tenis, y ha transformado el living en un altar dedicado a la obra de su hijo. Donde uno mire hay un trabajo suyo: un dibujo de un Pato Donald en diamantes; tres señoras con las piernas entreabiertas parlotando en un sillón como en un cuento que Manuel Puig nunca escribió; su misma madre hecha en marcador de punta fina leyendo un libro y, justo al lado de una ventana, un diablo anguloso que se parece mucho a David Byrne cantando poseído.

María Teresa preparó milanesas y ensalada para recibirme. Me habla largo y tendido de su hijo, de su infancia en los 40, de las tardes en Plaza San Martín donde dibujaba con un palito en el arenero. Me muestra tizas en las que Daniel esculpió figurines. Me confía textos que publicaron sobre su hijo, algunos circulan en la web y ella misma los imprimió. Me pasa contactos telefónicos. Me habla de cómo conoció a Lacan durante un viaje a Barcelona mientras Daniel vivía como *freelance* para agencias publicitarias, el diario *La Vanguardia* y la *Playboy* española. También de Paloma Picasso (una de las mejores amigas de Melgarejo y mayores coleccionistas de su obra) visitando el mismo departamento de Constitución donde ahora María Teresa me ofrece unas frutillas con crema. Me olvido de preguntarle si es cierto que su hijo anduvo de juerga con Marguerite Duras. Me previene de ciertas amistades de Daniel: “Creo que mi hijo era gay”, susurra y me entrega una suerte de hagiografía singular, escrita desde el cariño y lo microscópico, donde se lee: “Daniel dibujaba en diagonal los dibujos de la película que había visto en los rollos de la calculadora, que luego en un proyector –también obsequio de su papá– proyectaba sobre una sábana”. “Le toca el servicio militar. Cuando dibuja el test del

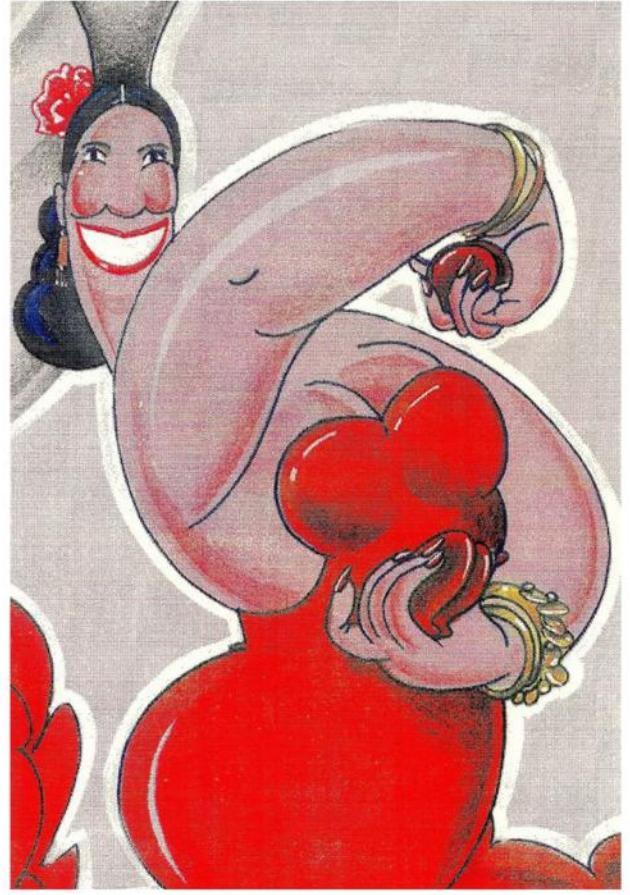
árbol en el Ejército, lo ayudan a vestirse y lo acompañan hasta la puerta”. “En su taller de la calle Moreno y Bolívar, recibió a Jorge Álvarez, Billy Bond, Javier Martínez, Pappo y Spinetta. En ese pequeño lugar se concretaron las ilustraciones que Daniel realizó para ellos”. “Estaba harto de las razias, de que te metieran preso sin motivo. Saliendo de retirar su DNI lo detuvieron por averiguación de antecedentes. Fueron las sabias palabras de Hermenegildo Sábat que ante su queja le dijo: ‘Pibe, tenés demasiado talento, mandate a mudar de este país’”. “En Barcelona vivía en un edificio tan viejo que ni siquiera tenía ducha”. “Esta vez una avión lo llevó a Nueva York (...) un amigo le acerca el diario con un aviso de Disney pidiendo dibujantes. Pedían volver a la fuente, a los dibujos creados por el hermano de Walt, Roy Disney. En el suelo de la iglesia de San Patricio hizo los dibujos de Mickey. Me llamó a la noche por teléfono: ‘Mami, cumplí el sueño de mi vida: me contrataron en Disney; te hablo de un teléfono pinchado así que si se corta no te aflijas’”. “Su padre muere el 18/12/88 a las 6:15. Tres días después fallece Federico Moura, cantante de Virus para quien había realizado la tapa *Superficies de Placer* un año antes”. “Volvió a Nueva York con muy bajas temperaturas y nieve...se engripó”. “Traje sus cenizas en una mochila en mi espalda...”. “Este es mi primer escrito en la computadora que me obsequió la Sra. Beatriz Schaffino. Gracias”.

### ¿DI TELLA BOY?

Hacia 1967, a sus 20 años, Melgarejo había sido convocado por Jorge Álvarez para encargarse de la parte visual del sello Mandioca, donde cada carátula seguía los patrones del arte pop. Confeccionó pósters, simples (Manal, Miguel Abuelo, Cristina Plate), LPs (*Pidamos Peras a Mandioca*) hasta pasarle la posta a Juan Gatti, quien se sumó al proyecto y en algunos de sus trabajos conservó el estilo animado patentado por Melgarejo: el mejor ejemplo de esa influencia es la tapa de *Pappo's Blues Volumen II*. Muy al estilo de los cortometrajes *Silly Symphonies* de Disney, con dos animales tocando un violín y un arpa, y que el Carpo describiría siempre como “el disco de los ratoncitos”.

Melgarejo estaba en el momento y lugar exactos para ser un chico del Di Tella aunque fuera uno singular. Amaba a Eric Satie, los boleros y a Cole Porter, más que el rock y no podía componer como Jorge de la Vega. Demasiado convencional para ser hippie. Demasiado *flower* para cuadrar en una agencia de publicidad como su madre. Algo pudoroso como para convertirse él en un cartel de autopromoción como hicieran Dalila Puzzovio, Edgardo Giménez y Carlos Squirru. Eso sí, gracias a Rosa Bailón, metió un pleno en el casino de esa generación: Melgarejo se encargó de la fachada del local Madame Frou Frou, en la legendaria Gale-

ARTE



ría del Este. Antes de partir para Barcelona fue parte del staff de *La Opinión* de Jacobo Timerman. Ese diario sería recordado justamente porque no había casi nada de imágenes que acompañaran a los textos. Los contados dibujos eran de Melgarejo y Sábat. Daniel ilustraba la sección de Felisa Pinto dedicada a la vida cotidiana. “Era genial pero me enfrentaba diariamente a un gran problema: lograr que sus trabajos llegaran al diario antes de la hora del cierre”.

### EL AVIÓN YA DESPEGÓ

Tras su paso por España, Melgarejo volvió a la Argentina entre el final de 1979 y los primeros berridos de la nueva década. Fue casi una escala antes de emigrar, y mutar de nuevo, esta vez en los Estados Unidos, en marzo de 1981, porque no pudo amoldarse a los tiempos y formas de la sede porteña de la publicitaria Walter Thompson. Su mayor aporte artístico durante esos meses no sería uno visual, sino funcionar como nexo entre Federico Moura y Roberto Jacoby. Si bien ya se conocían de años y rondas, fue Melgarejo el que le aconsejó al primero de que llamara al sociólogo y artista para que se sumara como letrista de Virus. Para la banda platense, Melgarejo haría las tapas de *Locura*, *Vivo* y *Superficies de Placer* con chicas que se besaban al espejo, siluetas distorsionadas y culos.

Se acercaba el final. Por entonces, Melgarejo llevaba un cuaderno con notas de sus sueños. En uno de ellos se imaginó hablando con el mismísimo Walt Disney sobre cigarrillos europeos. Aunque sus días en Nueva York no fueron tan ensoñadores como podrían parecer. En Disney, según Juan Gatti, lo desaprovechaban consignándolo a la parte de licencias y merchandising. “Del talento que tenía dejó poco, le faltó hacer una película de animación, era hacia donde él iba; cuando veo lo que hizo Grillo con Linda McCartney, me da un poco de bronca, ¿entendés?, porque creo que eso lo tendría que haber hecho Daniel”.

Los Estados Unidos fueron arduos con su visa de residencia y, tras obtenerla, la agencia impositiva lo puso en rojo por sus deudas. Por ese motivo no aparece en los créditos de la película de Madonna. Fue una pequeña maniobra para evadir al fisco. Eso sí, se aseguró una broma reservándose una aparición en el corto que abría *Who's That Girl*.

Quizá por eso Roberto Jacoby, uno de los mayores encargados de difundir post mortem la obra de Melgarejo, lo definió como “genio secreto, emblema y contraseña para una suerte de aristocracia internacional del humor de la inteligencia”. La última vez que se vieron fue en Plaza San Martín en 1988 y

de ese encuentro final saldría el título para la biografía que Melgarejo proyectaba de sí: *Alma Zen*.

Como se sabe, esa escuela filosófica oriental promulga el equilibrio entre el cuerpo y la mente. Y, como en una cinta de Moe-bius, el logo de Daniel Melgarejo es un angelito que dibuja un diablo y acaba donde el diablito comienza a dibujar al ángel. Oscar Grillo lo ha descrito “como un ángel en la tierra...un ángel real, lo que digo es, tenía sus vicios y virtudes”. “Tenía el *underground* en los genes, ¿sabés que te digo? –retoma Gatti–. Había una cosa suya que lo atraía del *trash*, me acuerdo de una serie que había hecho de baños pú-

blicos que no sé a dónde habrá ido a parar. Pero eran unos dibujos de un realismo impresionante, una cosa media social, con unos viejos desdentados, desnudos de pitos enormes, y después te hacía un cisne y unos angelitos llevando flores”. De hecho, ilustró con querubines un artículo sobre Charles Bukowski para la *Playboy* española. Neil Martinson, su asistente durante la realización para *¿Quién es esa chica?*, dijo: “Nunca conocí a una persona que manejara con tanta facilidad su talento. Yo podía pedirle que hiciera un dibujo de Minnie Mouse teniendo sexo oral con Donald Trump en un bar. ¡Y en 45 segundos tenías el mejor dibujo posible!”. ■



# PLAYBOY

## CLASSIC

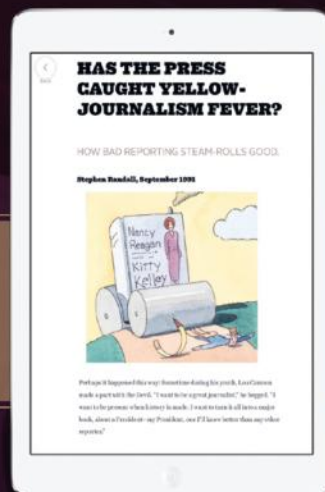
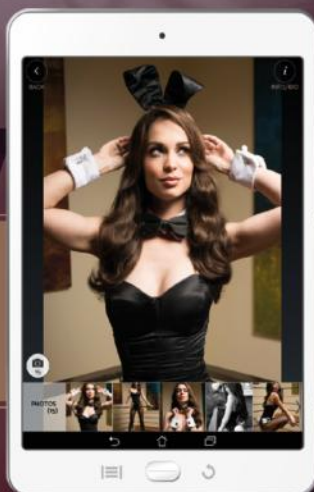
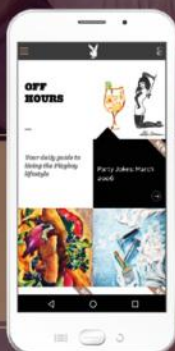


GET IT ON  
Google Play

App



Download on the  
App Store



Playboy's award-winning content updated daily!



#NOVECENTOEnjoy

NOVECENTO

EXTRA BRUT  
SPARKLING WINE

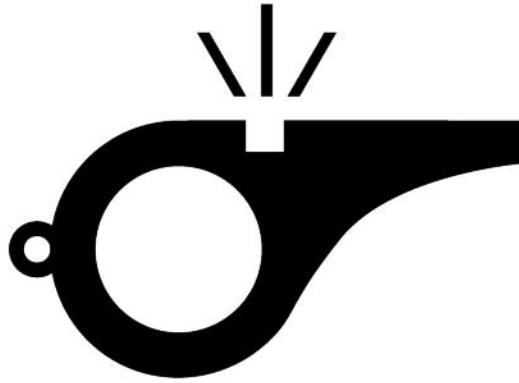


BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.



---

DEPORTES



# LA LEY Y EL ORDEN

*El reglamento los considera "aire" si la pelota los toca, pero son indispensables para el juego. De esa dualidad están hechos los árbitros, los tipos más puteados de los domingos argentinos, los que hacen cumplir las reglas. Aquí están, estos son.*

POR **LAUTARO ANDOSZCZUK**



## DEPORTES



A fines de 1926, el conflicto que se había entablado siete años antes entre los clubes respecto del camino hacia la profesionalización se había prácticamente saldado y finalmente se fusionaron las dos asociaciones en pugna: la Argentina de Football y la Amateurs de Football. En 1927, la Asociación Argentina Amateurs de Football ya disputaba su competencia y en ese mismo año hacía su debut como árbitro Bartolomé Macías en el triunfo de Tigre sobre Atlanta por 3 a 1. Macías había llegado a ser un respetable defensor central en la Primera del Club Adrogué y sus partidos más memorables los jugó para el Argentino de Banfield, en el año 1925. Una lesión le cortó su esmerada carrera como futbolista pero aquello no le impidió quedar ajeno al balón. De hecho llegó más lejos que muchos de sus contemporáneos. Fue el primer argentino en dirigir en un Mundial, precisamente, en el de 1930, organizado y ganado por Uruguay. Ostenta el récord de partidos dirigidos en Copas América (25) y es el árbitro argentino que más penales cobró en un partido de Primera División: 3 para Racing y 3 para Estudiantes de La Plata fue la salomónica administración del hombre para la victoria de los de Avellaneda por 6 a 4 el 18 de noviembre de 1944. La carrera de Macías continuó luego con una triste temporada como entrenador de Atlanta, consiguiendo el descenso del club por primera vez –aunque no la última.

El reglamento ya no es el mismo. Incluso los árbitros cuentan hoy con un recurso que en la época de Macías hubiera resuelto varios problemas: los números en las camisetas, que fueron obligatorios por primera vez en 1949, por pedido expreso de los árbitros ingleses que habían llegado a la Argentina un año antes. Sucede que los jueces locales estaban muy mal reputados. Casos de soborno y mala fe llevaron a la Asociación a tomar la decisión de importar árbitros ingleses, que modernizaron el juego. Ni la cantidad de cambios, ni la ley del *offside* ni los metros de distancia para la barrera en un tiro libre son los mismos que en las décadas fundacionales del fútbol. Lo que no parece haber cambiado, sin embargo, es ese deseo, esa voluntad: como jugador o como referí, estar cerca de la pelota.

“Mi sueño, como el de un montón de argentinos, era ser jugador de fútbol”. Así habla Ignacio Lupani, árbitro de AFA y número puesto para dirigir partidos importantes en

Primera B, la tercera categoría de nuestro fútbol. La particularidad de Ignacio es que supo ser jugador de Ferrocarril Quiza en la Primera D: “Un día, un conocido nos avisó a mi hermano y a mí que buscaban jugadores en el club y fuimos. Quedamos y luego de un previo paso por reserva pude integrar el plantel de Primera. Si bien es una categoría amateur, formar parte de un equipo de AFA fue muy lindo. La preparación, el juntarse con mis compañeros antes de los partidos, todo”. Mientras se desempeñaba como mediocampista del club que actualmente lleva por nombre UAI Urquiza, Lupani se metió a estudiar en la carrera de árbitro por el consejo de un tío: “Él había dirigido y me insistía. Además, mi DT era Juan Carlos Biscay, que también había sido futbolista antes de ser árbitro. Yo accedí y arranqué la carrera. Me empezó a ir bien y en un momento, cuando se me presentó la oportunidad de entrar a AFA, tuve que elegir. Me quedé con el arbitraje porque sentía que tenía más futuro y creo que no me equivoqué”.

Las ganas de seguir relacionado al mundo de la pelota pudieron más e Ignacio pasó, en poco más de dos años, de ser jugador a dirigir en las mismas canchas y hasta a ex compañeros y rivales. “Fue bastante natural. No tuve problemas con ninguno. Tampoco fui un jugador conflictivo. Jugaba a muerte pero no buscaba sacar ventaja fuera del reglamento. Nunca me expulsaron, solo recibí un par de amarillas. Tal vez la única ventaja que tuve fue que a varias de las canchas de la D ya había entrado, pero vestido de jugador. Igualmente es todo diferente. Vos te equivocas como jugador y hay 10 compañeros que te pueden salvar. Cuando sos árbitro, por más que estén los jueces de línea a los costados, adentro del campo de juego estás vos solo contra todos y toda equivocación te la van a reclamar. Por suerte es algo que uno va trabajando y superando. Hoy estoy muy contento. Ojalá pueda llegar a dirigir en Primera División A”, cierra Lupani.

El protagonismo de un referí en el fútbol es extraño. Seguramente si su partido estuvo lleno de aciertos y supo llevar correctamente el trámite del encuentro, pasará desapercibido. Su nombre no se volverá a repetir en los días siguientes. Solo el error hará que su nombre se destaque y se recuerde. Guillermo Nimo fue tal vez de los árbitros más histriónicos de la historia. Su forma de llevar los partidos, de hablar, su *look* y hasta su

carrera como comentarista deportivo lo hicieron famoso. Su perla blanca y perla negra con el “por lo menos así lo veo yo” incluido lo ubicaron en el imaginario popular. Sin embargo, una de las veces que su nombre más estuvo en boca de todos fue por un error arbitral. En 1968, River buscaba cortar con 11 años de sequía sin títulos locales y en un partido definitorio frente a Vélez, Nimo no sancionó una clara mano dentro del área de Luis Gallo, defensor del Fortín. El equipo de la V fue campeón y en River nunca le perdonaron no haber visto ese penal.

“Es difícil convivir con el error. Durante un partido vos te podés equivocar y lo importante es no quedarte en eso, porque vas a terminar compensando y lo único que vas a lograr es un compendio de fallos erróneos. Uno es un protagonista más dentro de un deporte en el que cualquiera se puede equivocar. Lo importante es estar siempre atento y lograr una credibilidad que haga que los jugadores y la gente sepan que si no cobraste algo, es por una equivocación y no por otra cosa. Pero eso es algo que se logra con los años”, explica Héctor Baldassi. El ex referí, actualmente Diputado Nacional de Cambiemos por la provincia de Córdoba, cuenta con el récord de River- Boca dirigidos, llevó las riendas de todos los clásicos de Primera División de nuestro país, estuvo en mundiales juveniles, juegos olímpicos y hasta la Copa del Mundo Sudáfrica 2010. Todo esto, con un estilo bien marcado. “Siempre quise bajar a tierra la imagen del árbitro. ¿Por qué no me puedo reír dentro de una cancha? Yo también disfrutaba en un partido importante como los jugadores y mi forma de ser era esa. Siempre respetaba el reglamento pero era elástico. Toda mi carrera me manejé igual. Desde el ascenso hasta en primera. El jugador te escucha, te entiende y el hincha también se da cuenta de que lo que buscás es bajar un poco los decibeles y dejar que el juego fluya”, aporta Héctor.

El representante máximo de aquella elasticidad con el reglamento se llamó Francisco “siga, siga” Lamolina, activo durante la década de los 80 y los 90. En la vereda de enfrente, no hace falta ni decirlo, está Javier Castrilli. Son los ejemplos más marcados de las diferentes formas de llevar adelante un partido. Tal vez el único acercamiento entre el “Sheriff” Castrilli y la “Coneja” Baldassi es que ambos incursionaron en política luego de dirigir. El encuentro más recordado



## DEPORTES



de Castrilli dentro de un campo de juego fue Vélez 5 – Boca 1. Castrilli convalidó un gol en el que parecía que la pelota no había ingresado, sancionó un polémico penal, ambos fallos a favor de Vélez y expulsó tres jugadores *xeneizes*. Uno de los que vio la roja fue nada más y nada menos que Diego Armando Maradona. El mejor jugador de todos los tiempos no soportó las sanciones del “Sheriff” y lo increpó: “Explíqueme maestro, ¿usted está muerto? Explíqueme, por favor se lo pido. Estamos hablando como hombres”. Sus compañeros querían separar y le repetician: “No te va a contestar”, a lo que Diego respondió: “Entonces es un botón”. Todo esto con una popular visitante con el alambrado roto, miles de hinchas de Boca tirando de todo al campo de juego y los gases lacrimógenos de la policía que decoraban una escena histórica de nuestro fútbol.

Lamentablemente, el árbitro parece que tiene que acostumbrarse a correr el riesgo de ser agredido. No importa que sea en un partido por la punta del torneo de Primera o en un campeonato barrial por plata entre desconocidos. Joel Pogge se recibió de árbitro hace solo unos meses y, en su camino para terminar la carrera, ya vivió algunas experiencias no tan agradables en esos torneos en los que no existen los alambrados y abundan las cervezas y el vino en la previa de cada equipo. “Cuando me metí a estudiar, le dije a mi vieja: ‘Má, te voy a hacer famosa’. Uno sabe que te van a insultar aunque dirijas bien, te vas preparando para eso, pero no para que te quieran pegar. Una tarde, en un torneo amateur, me estaba yendo bastante bien, era un partido tranquilo. Pero cobré un penal, iban 1 a 1 y podía definir el partido. El que hizo el *foul* se me vino al humo, me empezó a amenazar, me quiso pegar, me gritaba de todo. Cuando lo separan y se calma un poco, obviamente le dije que estaba expulsado y fue peor, él y su capitán se me vinieron encima de nuevo. Sus propios compañeros querían separarnos. Se metió todo el mundo. Organizadores, amigos, allegados. Tuve que suspender el partido. Por suerte me pude ir de la cancha sin que me agredieran, pero sabiendo que hay veces en las que es preferible evitar algunos torneos. Aunque me encante dirigir, hay veces que por tu seguridad tenés que cuidarte”, relata Joel.

Los comienzos no son algo fácil para ningún árbitro. María Stefani Pinto dirige en inferiores, en primera de futsal y es jueza de línea

de forma habitual en el torneo de reserva de AFA. “Yo empecé a estudiar mientras hacía el profesorado de educación física. Desde chica soy una enferma del fútbol. Miro todos los torneos, copas, todo. Y el arbitraje surgió como una excusa para acercarme al mundo que tanto me gustaba. No tenía vocación en un comienzo, pero ahora me encanta. Todavía recuerdo mi primer partido. Fui jueza de línea. Aunque me fue bien, me decían de todo, me insultaban de afuera, los jugadores protestaban por todo, se te venían encima. No me imaginaba que era para tanto, y más en un partido amateur. Cuando me fui a mi casa, lloré. Era mi primera vez dirigiendo y lo sufrí, pero me repuse. Ni loca iba a abandonar. Para las mujeres es todo un poco más difícil, todavía hay prejuicio con nosotras, como que no vamos a saber las reglas, pero nos preparamos como todos. Actualmente ya no me afecta nada. Trabajé mucho y lo logré. Eso sí, a mi familia le cuesta más. Ellos prefieren no ir a verme dirigir. No se bancarían escuchar que alguien me insulte en la cancha. Para mí es mejor que no vengan, porque sería feo que me griten algo, alguno reaccione y se genere un mal momento. No están preparados para eso. Yo, hoy por hoy, creo que hasta me motiva que me insulten. Me obliga a concentrarme aún más”.

Las ganas de estar en el mundo del fútbol son una generalidad para la mayoría de los argentinos y, aunque varios tomarían al arbitraje como un camino más, no es nada fácil. “Si bien estamos dentro de la misma cancha y siendo protagonistas del mismo deporte, ser árbitro es totalmente diferente a ser jugador. No es para cualquiera. Tenés que convivir con que podés tener un partido excelente pero un error en el final y chau, nadie se va a acordar de los aciertos anteriores. Es similar a lo de un arquero pero nosotros estamos solos, no tenemos una hinchada a favor”, cuenta Ariel Penel, árbitro de la Primera División. Las simulaciones, las protestas, el juego brusco y las cargadas hacen que los jugadores argentinos sean para muchos los más complicados. “No te podés distraer un segundo nunca, pero en nuestro fútbol menos. El futbolista argentino es de los más difíciles de todos”, aporta Penel.

Los árbitros tampoco son fáciles, hay que decirlo. Ni los dirigentes: “Eran épocas de crisis en el país, y llevar una marca en nuestra ropa nos significaba un ingreso que a los árbitros nos sumaba y mucho. Fue difícil

conseguir que nos dejen usarlo. Los sindicatos casi ni se metieron: tuve que ir yo personalmente a hablar con Don Julio para que nos deje. Él era bravísimo y eso que yo tenía una excelente relación, pero no quería hablar de plata y precisamente en ese momento necesitábamos hacerlo”. Quien habla de esta forma sobre el expresidente de AFA es Pablo Lunati, el extrovertido árbitro que hoy no duda en mostrar su fanatismo por River y que analiza el fútbol en televisión. La imagen de Grondona siempre dejaba para muchos un manto de dudas sobre la claridad en el arbitraje, aunque no para Pablo: “Julio fue el mejor dirigente argentino, por lejos. Muchas cosas que se dicen de él no son ciertas”. Y sigue, con sus definiciones: “Yo no desconfío de la honestidad de ningún árbitro, si reconozco que hay muchos que no pueden dirigir en la élite, pero porque no son capaces o porque directamente no entienden el juego. No sienten el fútbol y por más que te sepas el reglamento si no lo sentís, si no comprendes el fútbol, no podés dirigir”, afirma Lunati. Hoy vive las mieles de la fama. Su carisma frente a una cámara lo hace ser reconocido en las calles y su fanatismo por River logró lo imposible: ser saludado con afecto en una cancha y que le pidan fotos como a un ídolo. Los insultos por ser árbitro ya son parte del pasado. Hoy, en el Monumental, Lunati disfruta. Sin embargo, en ese mismo escenario sufrió uno de los momentos más incómodos y más recordados por los futboleros. En 2007, River perdía por 3 a 2 con Central y pudo empatarlo 8 minutos y algunos segundos después. Lunati había adicionado 6, que extendió a 8 por las protestas del banco de Central: no les había permitido realizar el último cambio sin ninguna excusa razonable. “Me arrepiento, pero no lo hice para favorecer a River. Me enojé porque Central no paraba de hacer tiempo. Sentí que me boludeaban. El carrito de los lesionados entró 7 veces. Fue de calentón. Me dejé llevar por la situación. Pero no tuvo nada que ver mi amor por River. Yo, cuando dirigía, dejaba de ser hinchita durante esos 90 minutos. Antes y después lo vivía como ahora, pero me lo guardaba. No les creo a los que dicen que cuando se meten en el fútbol pierden el fanatismo. No los entiendo. Hoy disfruto mucho yendo a la cancha con mis hijos”, cuenta Lunati, quien no descarta un futuro como dirigente. Eso sí, en River; nada de meterse en el arbitraje de nuevo, eso ya quedó atrás. La justicia y la pasión rara vez van de la mano. ■



---

30P

# Christopher **NOLAN**

*Una amable conversación con el respetado y popular director sobre las líneas que unen su variopinto catálogo: de Memento a Batman, de Inception a su última película Dunkirk, un thriller épico en la Segunda Guerra Mundial.*

POR **STEPHEN REBELLO** FOTOS **GAVIN BOND**





**1.-** La trilogía de Batman *The Dark Knight*, como muchas de tus películas, está empapada de paranoia, culpa, caos y representaciones poderosas del colapso social. ¿Qué te asusta o trastorna en la vida real?

En el mundo de hoy, la anarquía es lo que más me asusta. Tanto el Guasón como Bane tocan cosas que son muy poderosas para mí en términos de la descomposición social. Con Bane, es el temor a la demagogia y a dónde puede llevar. *The Dark Knight Rises* (la tercera de la saga) es mucho más extrema en ese aspecto de lo que creo que cualquiera haya notado cuando la vio. En las dos primeras películas de Batman, habíamos tenido la amenaza del colapso social, la amenaza de que las cosas salieran horriblemente mal. Con *The Dark Knight Rises*, quisimos hacer una película donde dijimos: “Bueno, vayamos realmente ahí”, así que pensamos en gente de Manhattan siendo arrastrada de sus casas en Park Avenue. Realmente intentamos ir ahí, lo hicimos y creo que nos salimos con la nuestra. [ríe]

**2.-** ¿Los espectadores y críticos suelen pasar por alto este tipo de cosas en una película de cmics?

Nunca las veo como películas de comics. Mi idea siempre fue hacer -intentar hacer- grandes películas. Pero un personaje icónico como Batman te da cierto margen con la audiencia. Te van a seguir a lugares adonde no te seguirían sin ese ícono familiar en el centro. *The Dark Knight Rises* expresa lo que temo: que nuestros valores compartidos y nuestras instituciones preciadas son mucho más frágiles de lo que creemos. Mucha más gente le teme a eso ahora, tanto como yo. Más que hace un año.

**3.-** ¿Qué tan pesimista sos en ese sentido?

Al momento de las apuestas, tengo fe en la humanidad y fe en que las cosas van a funcionar. Algunos amigos se sorprenderán de oírme decir que soy optimista, porque frecuentemente me presento en una luz muy pesimista. Me preocupo y me quejo de muchas cosas del mundo de hoy. Quiero que el

mundo sea mejor que ahora, y tengo fe en que, eventualmente, lo va a ser. Ahora mismo, sin embargo, parece que estamos condenados a vivir en tiempos interesantes. Lo que más me atrae del estado en el que nos encontramos, es que se siente cada vez más autoinfligido. Estábamos haciendo grandes progresos en el mundo. Las cosas iban bien. Tuvimos dos generaciones de prosperidad, dos generaciones en Occidente que no tuvieron una experiencia directa con la guerra. Me asusta mucho que esto lleve a la gente a no recordar lo mal que pueden salir las cosas en este mundo.

**4.-** El poder de los sueños y de las pesadillas es uno de tus muchos temas en *Inception* y otras películas. ¿Tenés sueños o pesadillas recurrentes?

Nunca luché en una guerra. Hacerlo es mi peor pesadilla.

**5.-** Howard Hawks admitió no saber cuál era el derecho y cuál el revés de su clásico thriller detectivesco de los 40, *Al borde del abismo*. ¿Vos podías explicar cada vuelta y enredo en tus películas?

Creo que Hawk sabía exactamente qué pasaba, pero probablemente intentaba señalar otra cosa. La premisa importa más que el argumento: el argumento es lo que puede desecharse (N. Del E: la premisa es un concepto utilizado en cine que refiere al conflicto central de una película). Yo tengo que controlar totalmente el mecanismo y la realidad subyacente a la película, aún si quiero una respuesta ambigua de la audiencia. Tuve un momento interesante con mi hermano Jonathan durante el Festival de Venecia de 2000, la primera vez que proyectamos *Memento* en público. No tenía idea si nos iban a abuchear y echar de la sala, pero al final nos dieron una ovación de pie que parecía no tener fin. Después me preguntaron por el sentido del final de la película en una conferencia de prensa, y di mi respuesta. Cuando cenaba con mi hermano más tarde, me dijo: “Nunca deberías hacer eso”. Y yo dije: “Bueno, solo contesté una pregunta”. Y entonces dijo: “El punto de la película que hiciste es que tu opinión no es más válida que la de cualquier otra persona”. No lo había pensado de esa manera, pero como que se encendió

una lamparita. La película tiene una ambigüedad productiva hasta el final, tal como *Inception*. Tengo que conocer la verdad, tal como yo la veo, para que esa ambigüedad sea genuina, en lugar de que sea una evasión. Pero lo que Jonathan me señaló y que llevo conmigo desde entonces es que no puedo decirle a la gente qué pensar, porque siempre van a poner eso por encima de la ambigüedad, del misterio. Y no deberían hacerlo, porque el texto, la gramática de la película dice: No podés saber esas cosas. Son incognoscibles, porque lo son para el personaje.

**6.-** Solo para corroborar rumores, ¿ni celular ni e-mail?

No. No tengo dirección de correo electrónico. Tampoco tengo teléfono.

**7.-** ¿Y no están permitidos los celulares en el set de filmación?

No tolero las distracciones, por eso no soporto que la gente use celulares en el set porque salen de la burbuja de nuestro proceso creativo, salen de la realidad que estamos creando. El cerebro se va a otro lado. Ya no están colaborando. Pasamos por distintas fases. Hacíamos que la gente no trajera sus celulares en absoluto, pero eso no es práctico ahora. Ahora los hacemos apagar, así nadie los usa. Si necesitás usar el teléfono, andate y usalo. Así, no hay excusas para pegarle una mirada. Hubo técnicos que se irritaron por eso, pero llegaron a valorarlo, porque pueden perderse en el trabajo toda la mañana, y encargarse de los mensajes durante el almuerzo. Tampoco tolero la impuntualidad. Si alguien llega en hora y está involucrado, todo lo demás es parte del juego.

**8.-** Todo parece incómodo e inmersivo en tu nueva película, *Dunkirk*, sobre la evacuación de los soldados aliados que fueron aislados y rodeados por el ejército alemán en la Batalla de Francia en la Segunda Guerra Mundial.

Esa historia me atrajo durante muchos, muchos años. No es una batalla propiamente dicha; es una evacuación, una carrera contra el tiempo, un esfuerzo comunal por salvarse, es más una historia de supervivencia que una película de guerra. Pero una de las



cosas atractivas sobre la guerra o el conflicto es que mandamos a nuestros hijos a pelear. No quise hacer lo que hacen siempre las películas, que es usar gente de entre 28 y 35 años para actuar de 18 o 19 años. Lanzamos una red amplia, tomamos gente de escuelas de arte dramático, gente que estaba decidiendo si iban a ir a la escuela de arte dramático, gente que recién salía de la secundaria, gente que no tenía agentes; particularmente tuvimos que buscar al personaje principal que llamamos "Tommy," que es encarnado por Fionn Whitehead.

**9.-** ¿Cómo funcionó darle un papel clave a una estrella pop internacional: Harry Styles, de One Direction?

Está fabuloso en la película. Repito, hicimos audiciones con mucha gente. Se lo ganó. Tiene un talento espléndido y se entregó con gran pasión. Estoy ansioso por que la gente vea lo que hizo en la película. Intentamos no señalarlo demasiado, porque es un elenco coral. Pero es bastante tremendo, en mi opinión.

**10.-** Tom Hardy hace de un piloto de *Spitfire* (N. Del E: icónico avión de combate monoplaza de la Royal Air Force británica durante la Segunda Guerra Mundial), y sus escenas son unipersonales. Particularmente para los que vean *Dunkirk* en IMAX, van a ser fuertes.

El Spitfire es la máquina más magnífica jamás construida. Pude volar en una versión de dos asientos, y su potencia te deja una sonrisa en la cara desde el despegue hasta el aterrizaje. La forma en la que hicimos las secuencias de vuelo tiene una cualidad muy envolvente. Para poder darle esa experiencia a la audiencia tuvimos que hacer construir lentes especiales, necesitamos que pasaran todo tipo de cosas técnicas. Hicimos cosas que nadie hizo jamás, subimos actores a un avión real. La película tenía grandes ambiciones, y mi equipo realmente lo logró.

**11.-** ¿Sos realmente un hombre de riesgo, un deportista atrevido?

No hago nada particularmente interesante. Intento hacer ejercicio. Me

gusta el océano. Me gusta salir a remar en una tabla de pie. Pero es solo cuando terminé una película, la despaché, salió y todo el mundo la vio que puedo relajarme. Es entonces que viajamos y nos tomamos unas largas vacaciones.

**12.-** Algunos de los actores de *Dunkirk* parecen ser parte de la compañía de actores no oficial de Christopher Nolan, incluyendo a Tom Hardy y Cillian Murphy. En películas anteriores trabajaste varias veces con Christian Bale, Michael Caine, Marion Cotillard y Joseph Gordon-Levitt. ¿Cuál es la dinámica entre vos y tus actores?

Siempre amé lo que hacen y fui un buen espectador para ellos. No miro al monitor. Presto realmente atención a lo que están haciendo en el set, como un participante de la audiencia. Mi estilo cinematográfico es muy táctil. Hago muchos planos cortos, y los actores sienten tanto la concentración de la cámara como la mía en lo que hacen. En *Dunkirk*, pasamos semanas con Mark Rylance y Cillian Murphy en un barquito mínimo con una cámara IMAX enorme pegada a sus caras. Tuve que advertirles que las cámaras de IMAX son muy ruidosas, pero tenía que estar así de cerca porque me interesan los detalles de sus actuaciones, intentando capturar todas sus capas de una forma que sea legible para la audiencia. Los actores reconocen que no tengo la menor pizca de ego o expectativas cuando se trata de la actuación. No intento controlar ni ser un tiritero; intento darles el espacio para hacer algo que me excite. Si no está del todo bien, intento ayudarlos.

**13.-** ¿Te preocupa que los seguidores de tus películas voladas de ciencia ficción y de superhéroes no te sigan a la Segunda Guerra Mundial?

Definitivamente es un riesgo, es incómodo. Pero al mismo tiempo, Emma, mi mujer y productora, y mis otros colaboradores sintieron respecto de esta película algo muy parecido a lo que sintieron por *Inception* y *The Dark Knight*. Siempre intentamos empujar los límites de lo que habíamos hecho. No estaría haciendo bien mi trabajo, no estaría siendo justo conmigo mismo, si no me sintiera incómodo con

cada película por alguna razón. Así que sí, me pone nervioso, pero eso se siente bien.

Los estudios que trabajan conmigo me dan enormes cantidades de libertad y confianza, particularmente Warner Bros., con quienes trabajé casi exclusivamente. Por eso tengo la responsabilidad de intentar hacer algo con esa libertad, una película en la que realmente crea, una que no encaje perfectamente en el modelo usual de Hollywood. *Inception* tenía una propuesta radical para el estudio, en ese momento, pero veníamos de hacer *The Dark Knight*, la película más grande que Warner había hecho hasta entonces. Sentimos fuertemente que teníamos que hacer algo con esa gran oportunidad.

*Dunkirk*, por distintas razones, nos dio una sensación similar. Es una historia enorme, una de los grandes relatos en la historia mundial, y se entromete en la cultura popular de todo tipo de maneras. La idea del esfuerzo mancomunado para salvarse, la victoria en las fauces de la derrota, hay todo tipo de elementos primarios en esta historia, y nunca fue contada en el cine moderno. ¿Por qué? Bueno, una de las razones es que requiere de un conjunto sustancial de recursos. Precisa el apoyo de un gran estudio. Requiere una gran escala para hacerle justicia a la historia. Por eso, sentí que podía hacerlo ahora y que debía hacerlo; si no, nadie lo haría.

**14.-** ¿Cuán atractivo resulta para Hollywood que tiendas a entregar tus películas de acuerdo al tiempo y presupuesto arreglados?

Empecé a trabajar así por razones muy pragmáticas. Cuando los estudios te dan millones de dólares para tu película, la mejor manera de asegurarte cierta libertad creativa es entregar a tiempo y dentro del presupuesto. Si no tienen que preocuparse por vos cuando estás filmando, si no sos el fuego que tienen que apagar, te dejan en paz. Que no sienten que te estás aprovechando de ellos es una gran ventaja para vos como cineasta, en términos de libertad creativa, y te recompensan por ello.





**15.-** ¿Que Warner Bros. no sintiera que te aprovechabas de ellos ayudó a que la trilogía de *The Dark Knight* despegara?

Sí, y la gente nunca ve la pieza fundamental. Después de *Memento*, hice *In-somnia* para Warner Bros., con Al Pacino, Robin Williams y Hilary Swank. Trabajé con estrellas de cine. Tenía acción. Tenía locaciones. Entonces, hice *Memento* por 3 millones, y después pude hacer una película de 47 millones. Eso le dio confianza al estudio de dejarme tomar el paso siguiente con *Batman Begins*. Fue afortunado, porque a los cineastas hoy no se les da la misma chance. A la gente se la llevan de Sundance para darles presupuestos de 250 millones. Cuando me usan de ejemplo de eso, quiero levantar las manos y decir: “No, así no fue cómo pasó”. Aprecio haber podido hacer un thriller o drama de presupuesto medio para un estudio. Esos son cada vez más difíciles de conseguir. En aquel entonces, *Batman* estaba disponible, y el estudio estaba abierto a que alguien llegara y contara qué quería hacer. Querían vigorizarla. Yo no paraba de hablar de la historia del origen y de *Superman* de 1978. Aunque hoy tenga algunos elementos pasados de moda, era lo más cercano a lo que tenía en mente: una película épica con una textura realista.

**16.-** Volviendo a las películas de género: Cuando ves películas de superhéroes, que parecen salir de a una por semana ahora, y tantas parecen seguir un modelo oscuro y áspero, ¿cómo reaccionas?

Mi reacción es compleja. Recuerdo que una parte de la trilogía salió al mismo tiempo que *Iron Man*. Marvel estaba acentuando lo que venía haciendo. Recuerdo haber tenido muchas conversaciones con marketing y distribución: Si el comic es un género cinematográfico, temíamos estar saturándolo. Pero si no lo ves como un género (si las ves como películas temporales), hay mucho espacio. Como con todo, llegas a un punto donde las cosas se congestionan por cuánto se repite un producto particular, pero nosotros y nuestra relación con las películas de Batman, siempre quisimos verlas como películas por derecho propio. Sentí que esa era la forma más respetuosa de tratar un tema tan

querido. Como si dijéramos: “Confíen en nosotros, vamos a hacer la mejor película que podamos”. Y creo que el mundo cambió desde que hicimos esta película. Creo que los seguidores están más atentos al color de las películas que quieren ver y cuán cercanamente quieren que ellas se adhieran a lo que vieron en el cómic. Los seguidores nos dieron mucha libertad y confianza, y espero haber hecho lo correcto para ellos.

**17.-** Parte de la textura realista de *The Dark Knight* vino de los guiones y, obviamente, actuaciones definitivas como el Guasón de Heath Ledger. ¿Qué es lo que más recordas de él en ese papel?

Nos develó el personaje muy gradualmente a través de pruebas de peinado y maquillaje, a través de conversaciones tempranas y cuando tuvo que leer una escena con Christian Bale. Hacía un poquito de la voz, solo un poco y, luego, mientras se probaba el vestuario y experimentaba con las pruebas de maquillaje y de filmación, se movía un poquito de este modo, hablaba un poquito de otro modo, develándolo lentamente al equipo. Fue electrizante. Después hizo esa escena del Guasón en la cocina, muchas líneas, un gran monólogo. Filmamos su primer plano. Había muchos actores alrededor de la mesa y cuando llegamos al final y yo dije: “Corte”, rompieron en aplausos. Nunca había visto eso antes o desde entonces.

**18.-** ¿Cómo reaccionó él?

Muy modestamente. Me siento privilegiado porque Emma, mi editor Lee Smith y yo fuimos las únicas personas en el mundo que pudimos ver esa actuación antes de que él falleciera. Su logro se erige con total independencia de su vida y, también, de su muerte, y yo soy uno de las tres personas que realmente lo sabe. Me enorgullece mucho haber estado involucrado con semejante calidad de trabajo.

**19.-** Eso es extraordinario. Volviendo a *Dunkirk*, ¿vos y tu equipo habían mirado otras películas?

Proyectamos muchas películas antes de cada una de las que hacemos nosotros. Generalmente trato de encontrar

cosas que tengan alguna relación que no sea necesariamente obvia, como la película muda *Greed* (de Erich Von Stroheim, de 1924), a la que siempre regreso porque es tan increíble y descorazonadora, aún incompleta como es la versión existente. También vimos la película muda *Sunrise* (de Frederich Murnau), que no había visto antes. Tiene la cualidad elemental de una fábula y una simplicidad de diseño. Es difícil para algunas personas en esta época elegir mirar una película muda. Uno tiene que abrazar el silencio de la manera que lo habrán hecho las audiencias de esa época. Lo fabuloso de las películas mudas para los cineastas es que hay tanto para inspirarse, o, para ponerlo en términos más crudos, hay tanto para robar de las películas mudas. [rie]

**20.-** ¿Miraron películas de guerra o ambientadas en épocas de guerra?

Al comienzo de mi proceso, miramos *The Red Thin Line*, una de mis grandes favoritas. Se siente como si pudiera ser cualquier guerra, de cualquier época, y es muy poética, pero eso no parecía correcto para lo que estábamos haciendo. Vimos *Sin Novedad en el Frente*, que James Jones describe en un ensayo como una película que dice que la guerra transforma a los hombres en animales, y que mientras más tiempo pasan en la guerra, más animales se vuelven. Después de eso, ¿qué más se puede decir? Steven Spielberg me prestó su copia de *Saving Private Ryan*, que fue tan chocante y desagradable como recordaba. A partir del momento en que empiezan a volar esas balas, no querés estar en la sala. Eso nos empujó a ir en una dirección más Hitchcock, a crear un tipo distinto de tensión, una que nos permita mirar más la pantalla y no cubrirnos los ojos. Me intimidaba la idea de encarar la guerra de frente porque nunca luché en una. Como dije, es mi peor pesadilla. Pero pude atacar *Dunkirk* con confianza, conociendo la mecánica del suspenso y del thriller, y poniendo a la audiencia en la perspectiva de la gente en la playa, que solo veían los aviones pasar y las bombas caer. Eso es extremadamente atemorizante. Adoptar un acercamiento más basado en el suspenso, en el thriller, realmente me liberó. *Dunkirk* trata del proce-



so físico, todo pasa por la tensión en el momento, no por las historias de fondo. Se trata de: “¿Puede este tipo cruzar por la tabla sobre ese agujero?” Eso nos importa. No queremos que se caiga. Nos importa esta gente porque somos seres humanos y tenemos empatía básica. Hay una cualidad muy intensa en *Dunkirk*, y hacemos que la audiencia pase por muchas cosas, pero hay una positividad tremenda que resulta de ello.

**21.-** ¿Cómo fue el trabajo de edición con *Dunkirk*, filmada en analógico como todas tus películas?

La gente no tiene idea de lo que se está perdiendo con el proceso digital intermedio. Es muy difícil hablar con los tipos del estudio y de posproducción porque dicen: “Bueno, vos creés en la magia” o “Lo que decís es místico”. Yo tuve que aceptarlo y decir: “Sí, supongo que hago eso”. Todo en las películas se trata de misterio y magia y cosas más allá de nuestra comprensión. Pero sumadas no carecen de sentido, porque al final sentí algo. ¿Por qué funciona *Vertigo* de una manera que tantas otras películas no funcionan? Es el color, las distintas cosas que se encuentran. Es místico, es emotivo: una conexión emotiva que tenemos con la experiencia de ver una historia proyectada en la pantalla desde una película. Solo mirá los efectos visuales de las películas de hace 10 años. En aquel momento, te sentías bien mirándolas, pero hoy no se sostienen. ¿Cuál es la diferencia? Nuestra percepción, en cierta medida, porque tenemos un ojo que se desarrolla con el tiempo. Entonces, cada vez que un ingeniero se da vuelta y dice: “Lo resolvimos. Logramos que el video se vea como el filmico”, yo digo: “Bueno, te salió bien el truco. Por ahora”. A David Fincher le encanta filmar digitalmente, y está en su derecho, pero para mí, el proceso fotográfico es diferente. No estoy seguro de que alguna vez se vayan a ver igual, sin importar cuántos bits puedan computar los técnicos.

**22.-** Los actores de David Fincher hablan de su tendencia a hacer muchas, muchas tomas. Varios actores de *Gone Girl* hablaron de haber hecho 50 tomas, y dicen que Rooney Mara tuvo que hacer 99 to-

mas para una escena de *Social Network*. También sacó una edición de director de *Zodiac* y un “corte ensamble” de *Alien 3*. ¿Te parecés en algo a eso?

Siempre digo que la audiencia me dice qué es la película. Eso no quiere decir que siempre estemos de acuerdo. Pero que la audiencia vea la película es la pieza final del proceso creativo. Es como exponer el cobre a los elementos. Cambia lo que la cosa es. Pero no me da ganas de volver e intentarlo de nuevo. Siempre vi al proceso cinematográfico casi como una *performance* vital o algo así. Filmaría tomas de nuevo si tuviera que hacerlo, pero confío en el período de producción. Es como: “Bueno, tengo seis meses para rodar la película y después tengo tres para hacer mi primer corte”. Siempre intenté confiar en esas presiones y limitaciones y respaldar la película hasta el final. De otra forma, ¿cuándo pararías? Nunca terminarías. Es un medio imperfecto. Siempre lo fue. Todas las películas son imperfectas. Si hay algo que no me satisface, lo dejo y confío en lo que fue. El ímpetu es intentar mejorar en la siguiente película.

**23.-** ¿Cómo era tu casa, con un padre que trabajaba en marketing y una madre que era azafata?

Crecimos en Inglaterra y en América del Norte en diferentes momentos, pero mayormente en Inglaterra. Mi papá manejó su propio negocio en el desarrollo de productos durante muchos años. Empezó como redactor publicitario y era un hombre muy creativo. Yo quería hacer mis propias películas, y cuando tenía alrededor de siete, me prestó su cámara Super 8, que en aquel momento era tan cara como una cámara de video de alta gama hoy. Literalmente la pegué con cinta al piso de nuestro auto y la rompí en mil pedazos. Eso no le encantó, pero me alentaba mucho creativamente. Mi mamá fue azafata ni bien salió de la universidad, por algunos años. Cuando conoció a mi papá y se casaron, la obligaron a retirarse, porque en aquel entonces querían que las azafatas fueran jóvenes y solteras. Cuando hubo una demanda colectiva que eventualmente se resolvió en los 80s, tuvieron que ofrecerle su antiguo

trabajo de vuelta, 20 años después, con toda la antigüedad. En el interín, había dado clases de inglés como segunda lengua, programas de alfabetización para adultos y cosas así, y había hecho una verdadera carrera de ello.

**24.-** ¿Cómo fue que vivieron en Londres y en los EE.UU.?

NOLAN: Porque mi mamá es estadounidense, viajábamos para ver a su familia en el verano cuando era chico. Por cómo funcionaba la distribución cinematográfica en esos años, en el verano mirábamos las películas que no proyectarían en Inglaterra hasta Navidad. Mi papá y yo vimos *Star Wars* en un cine suburbano de Ohio o algo así, y tengo un recuerdo muy vívido de tener siete años e intentar explicarle a la gente el primer día de escuela en Inglaterra en septiembre de 1977: “Bueno, hay un tipo malo que tiene una máscara y estos tipos malos que tienen trajes blancos y parecen robots pero no de veras”. Fui el primero de la escuela en verla. Me dejó una impresión enorme, y mi papá me llevó a verla otra vez en Londres cuando inauguró en 70 milímetros en el Teatro Dominion en Tottenham Court Road. Recuerdo ir a ver *2001: Space Odyssey* con él en el Teatro Leicester Square, que fue demolido. *Interstellar* fue la última película en proyectarse ahí.

**25.-** De chico, ¿qué te inspiraba? ¿Qué pósters tenías en tus paredes? ¿Qué coleccionabas?

La influencia seminal fue Ridley Scott y sus películas. En algún punto, después de ver *Blade Runner*, de alguna manera la había conectado con *Alien*, donde todo es completamente distinto, pero yo veía el mismo sentimiento. Esa fue mi primera percepción de lo que hace un director. No puedo decirte cuántas veces vi *Blade Runner*. Sé todo al respecto. Estaba absolutamente obsesionado con la película, y en una época en la que no le interesaba a mucha gente. Recuerdo hablar con mi papá sobre Ridley Scott y que él revelara que habían trabajado juntos y que lo conocía un poquito por haber participado en algunas de sus publicidades. Ridley Scott era mi héroe. Había un lugar en el Soho que se lla-



maba Vintage Magazine Shop donde compraba fotos en blanco y negro de *Casablanca*, *Diva*, *Blade Runner* y las colgaba en la pared de mi cuarto. Eran los 80, cuando estaba entrando en lo que llamo una fase de apertura a realmente querer absorber cosas nuevas, cultura nueva, música nueva, películas nuevas.

**26.-** ¿Convenciste a tu padre de que encontrara una manera de conocer a Ridley Scott, o alguna vez le escribiste a él o a alguien más una carta como admirador?

Solía pensar mucho en hacer eso. Pasa que soy demasiado tímido, demasiado inseguro. Nunca lo hice, y parte de mí ahora desearía haberlo hecho. Una vez estuve en una fiesta, y Sydney Pollack estaba del otro lado de la habitación, sin hablar realmente con nadie. Una vez había hablado con él por teléfono, pero no lo había conocido en persona.

Pensé que tenía que ir a hablarle. No lo hice. Falleció poco tiempo después.

**27.-** ¿Eras tímido con las mujeres también?

Realmente no quiero contestar eso más que diciendo que Emma y yo nos conocimos en nuestro primerísimo día en el University College en Londres.

**28.-** ¿Tuvieron la misma clase o se encontraron de casualidad?

Compartimos la misma residencia. Nos conocimos la primera noche. No creo que deba decir más que eso.

**29.-** ¿Todavía te tienta la propuesta de hacer tu propia película de James Bond o Star Wars?

Una película de Bond, definitivamen-

te. Hablé con los productores Barbara Broccoli y Michael G. Wilson a lo largo de los años. Amo profundamente al personaje, y siempre estoy ansioso de ver qué hacen con él. Quizás algún día se de. Uno tiene que ser requerido para ello, si me explico. Tiene que necesitar una reinención; tiene que necesitarte a vos. Y se están llevando muy bien.

**30.-** ¿Entonces es un buen momento para ser Christopher Nolan?

Se siente grandioso, aún cuando este sea el periodo atemorizante, cuando hice todo lo que pude para que *Dunkirk* sea todo lo que pueda ser. Me obsesiono y me vuelco sobre la terminación técnica porque es la última chance para hacer que las cosas salgan tan bien como puedan. Ahora viene el periodo de sacar la película al mundo. Eso nunca se vuelve más fácil. ■

# SACUDE TU CUERPO LIBRE

**Rocío Robles** *nos invita a movernos. De la pista del Bailando al gimnasio, una irresistible mezcla de piel y sudor.*









FOTOS **ANGIE MONASTERIO** DIRECCIÓN DE ARTE **FRAN SILVA Y SOL MOSCHETTI**

Estilismo: Marian Carballo y Sol Rodrigo para @thesisterfashionsquad

Make-up: Marian Carballo / Pelo: Fefe Robledo

Gracias a Panacom Latinoamérica, Gloss (@gloss.ba), London Rock e Ita Bikinis































일의 관문 파주

경동인 출입시간  
05:00-20:00

출입대  
Tongui Mir





MUNDO

# ZONA DE PROMESAS

*Bill Clinton dijo alguna vez que era “el lugar más tenebroso de la Tierra”. La ciudad de Paju, frontera entre Corea del Sur y Corea del Norte, asusta a cualquiera. Ahí no hay retorno y la paz huele a alambre de púas y pólvora a punto de explotar: en cualquier momento todo puede salir mal.*

POR **FEDERICO POORE**

PAJU, Corea del Sur – El micro se detiene en lo que parece una casilla de peaje. Se sube un soldado joven con cara seria y la bandera de Corea del Sur en la insignia de su brazo. Dice algo en coreano y ante la duda, aclara en inglés: *passports*.

El guía que nos acompaña sugiere que tengamos nuestro pasaporte preparado y abierto en la página con foto. David –así se llama– sabe que nos tomó toda la mañana viajar casi cien kilómetros desde Seúl hasta la frontera con Corea del Norte y no quiere que nada salga mal. El soldado comienza a revisar, uno por uno, los papeles de todos los pasajeros. Luego avanza hacia el fondo del micro, adonde estamos nosotros. Le entrego el pasaporte argentino. Lo mira, me mira, me lo devuelve, *next*. La colega china sentada al lado mío duda un segundo antes de alcanzarle el documento. El recluta (que pesa apenas sesenta kilos, pero que con armas y escudos debe andar por los ochenta) hojea el pasaporte, la mira a ella, mira de vuelta el pasaporte, pasa las páginas. Dice algo en coreano que

no alcanzamos a entender, pero se lo nota enojado y la tensión se adivina en el aire. Luego de unos segundos que parecen años, la china se recupera del estado dubitativo y responde las preguntas en perfecto coreano. Entuerto superado, todo en orden. El soldado se baja. Seguimos.



Contrariamente a lo que su nombre indica, la zona desmilitarizada (DMZ, por sus siglas en inglés) es una de las fronteras más militarizadas del planeta. Sus torres de vigilancia, barricadas, alambres de púa y minas antipersonales conforman un ambiente bien distinto al de la Corea más amable que conocemos, hecha de *Gangnam Style*, máscaras faciales y telenovelas. Los orígenes de la DMZ se remontan a la Guerra de Corea, que enfrentó a occidentales y comunistas a mediados del siglo XX, y al cese del fuego ordenado en 1953, que resultó en la división del país en una traza que acompaña al paralelo 38°.

Hoy la zona desmilitarizada ocupa 250 kilómetros de largo por cuatro de ancho y es, en palabras del expresidente norteamericano Bill Clinton, “el lugar más tenebroso de la Tierra”.

Lo tenebroso, claro, no es la presencia de un tanque más o menos, sino la locura que acompaña a este tipo de enfrentamientos y que puede resumirse en una historia. El 18 de agosto de 1976, un grupo de trabajadores surcoreanos, escoltado por tropas de Naciones Unidas, llegó al llamado Puente de No Retorno con órdenes de talar un árbol que le estaba bloqueando la visual a un puesto militar de la ONU. La operación se complicó cuando entraron en escena quince soldados norcoreanos, que reclamaron a los gritos que la acción no se realizara. Ante la negativa, atacaron a todos con machetes, matando a dos soldados. La respuesta no se hizo esperar. Tres días más tarde, un total de 813 hombres, incluyendo fuerzas especiales de Corea del Sur y de los Estados Unidos, regresa-



ron al lugar con el apoyo de helicópteros y bombarderos B-52 y entre todos cortaron el maldito árbol ante la atenta mirada de las tropas enemigas.



Es, sin embargo, una mañana primaveral y soleada en el mirador Dora, un puesto de observación desde el cual se divisa, a lo lejos, la misteriosa Corea del Norte. Reconvertido en atracción turística, es lo más cerca que estaremos del país gobernado por Kim Jong-un, adonde con restricciones y permisos especiales, ingresan no más de 5000 turistas occidentales por año, casi en su totalidad, a través de China (a la Corea del Sur ingresaron 17 millones de turistas en 2016). ¿Qué se ve desde el mirador? Una sinuosa área divisoria pelada de vegetación que hace las veces de frontera y, al fondo, la ciudad de Gae-seong, la más austral del país comunista. Allí funcionó durante un tiempo un complejo fabril operado conjuntamente entre las dos Coreas (los del sur aportaban el *management*; los del norte, la fuerza de trabajo) hasta que nuevas provocaciones de Pyongyang terminaron con la suspensión del proyecto. No faltan las disputas sin sentido, típicas de la Guerra Fría. Los surcoreanos instalaron su bandera en un imponente mástil de 98 metros de altura, pero en Corea del Norte no quisieron ser menos y enfrente plantaron la suya sobre un asta de 160 metros. Solo la bandera pesa 270 kilos: es tan pesada que los días de lluvia la tienen que bajar porque, si no, la torre que la sostiene se viene abajo.

Pero hay más. La tranquilidad de la mañana se ve interrumpida por exclamaciones ensordecedoras provenientes del altoparlante del mirador. David nos explica que se trata de propaganda surcoreana. Les están diciéndole a los del otro lado de la frontera: “Vengan a este gran país, todo aquí es maravilloso”, cosas así. La guerra de altoparlantes, con uno y otro bando pasando marchas militares a todo volumen, se había cancelado en 2004 y parecía que el asunto ya era cosa del pasado. Pero hace poco volvieron los misiles de Kim Jong-un, y con ellos este show propagandístico de uno y otro bando. Todo está ahí para recordarnos que lo firmado en la década del cincuenta no fue el fin de la guerra sino apenas un cese del fuego.

Desde 1948 hasta 1994, el Líder Supremo de Corea del Norte fue Kim Il-sung, el abuelo de quien hoy es la máxima figura del país. En términos económicos, se podría decir que le tocó gobernar en las buenas: al inicio de su mandato, el PBI per cápita de las dos Coreas era idéntico y la República Popular Democrática de Corea contaba con el apoyo irrestricto de China y de la Unión Soviética. Pero en la década del setenta, el Norte fundió el motor con su modelo de autosuficiencia, que terminó de explotar tras el colapso del comunismo ruso.

Luego de su muerte, el poder pasó a manos de su hijo, Kim Jong-il (a quien muchos en Occidente recuerdan por haber sido parodiado en la película *Team America*), otro dirigente reñido con los derechos humanos que desarrolló la filosofía Juche, una doctrina estalinista armada a medida de la realidad del país. La dinastía Kim es tan fuerte que uno no puede sino pensar que Jong-il gobernó poco: apenas 17 años. El infarto que sufrió en 2011 terminó con su vida y desde entonces Corea del Norte quedó a merced de uno de los líderes más impredecibles y temidos en Occidente: el joven Kim Jong-un.

En los últimos meses, la tensión generada por su figura (siempre rodeada por mitos y leyendas, alimentadas por la falta de información confiable sobre lo que sucede en su país) escaló hasta límites impensados. Desde Corea del Sur aseguraron que el próximo paso de la bravuconada bélica de Kim es desarrollar un arsenal nuclear de alcance intercontinental. Estados Unidos, un aliado histórico de Seúl, respondió a la supuestas provocaciones enviando un portaaviones a la península. Donald Trump dijo que existe la posibilidad de terminar en un “gran, gran conflicto” con los norcoreanos, que se abrazan a la fuerza militar como carta de negociación. ¿Nuevos tambores de guerra? Difícil sentar a las partes en una mesa de negociación (mejor dicho, difícil que siquiera exista una) cuando los líderes en cuestión son caprichosos, iracundos, antojadizos.



De vuelta a la casilla, el mirador, la bandera gigante: todo queda en el condado surcoreano de Paju, que recién en 1997

obtuvo estatus de ciudad. Son constantes los intentos del gobierno por lograr que más gente se mude a este lugar. Desde el cambio de siglo, además, se comenzó a explotar el turismo ligado a la DMZ, y hace no mucho se sumó a la lista de atracciones el llamado Túnel Número 3, uno de los pasillos subterráneos que, según los surcoreanos, el Norte cavó décadas atrás con la intención de invadir el país por tierra. Las fotos están prohibidas: los visitantes debemos dejar nuestras pertenencias en un *locker* y ponernos cascos protectores amarillos antes de caminar, en fila india, por un sendero estrecho que hace una pendiente descendiente. Sumado al techo irregular y bajísimo (un metro cincuenta), el túnel es la peor pesadilla de los claustrofóbicos.

De regreso a la superficie, entramos a algunas de las casas que rodean el paraje, en las que se ofrecen productos típicos de la zona: ginseng, caramelos de uva, porotos de soja cubiertos de chocolate. Los vendedores (o vendedoras: casi todas son mujeres de mediana edad) sonríen y observan amablemente, las manos cruzadas detrás de la espalda. Un hombre de chaleco camuflado y cara curtida ofrece pines de Corea del Norte. No hay edificios, semáforos ni paneles luminosos: todo es modesto y rural, como si la amenaza de extinción tornara inútil todo intento de ir más allá de lo estrictamente funcional. La excepción es una mansión rosa que se alza entre las colinas y los campos de arroz. ¿Su dueño? La primera persona que se mudó a esta zona de Paju. El colono, el pionero. El primer coreano con huevos que un día agarró sus cosas y se vino a vivir a la frontera más caliente del mundo.



El sol sigue arriba en el cielo despejado. Un contingente de turistas norteamericanos y australianos hace fila para regresar al micro que los llevará de vuelta a Seúl. Absortos en sus folletos informativos o revisando sus cuentas de Instagram, no parecen registrar que en algún lugar de esta península del tamaño de la provincia de Chubut hay un millón ochocientos mil soldados esperando una orden de ataque. La tensa calma promete, por lo pronto, una temporada más de venta de souvenirs. ■





PICTORIAL

# LEVANTANDO POLVO

*Olivia Brower puede haber crecido junto al mar,  
pero el desierto le sienta igual de bien. En estas fotos  
explora la seductora vastedad del Parque Nacional  
Joshua Tree.*

FOTOS **SASHA EISENMAN**





















# CLAUDIO MARÍA DOMÍNGUEZ

POR **DIEGO MANCUSI**

Niño prodigio, precoz sostén de familia, periodista *business class*, guionista de cine picaresco, *best seller* espiritual y gurú popular: vida y obra de un hombre que cree en la reencarnación.







## ENTREVISTA

Gerardo Romano se coge vigorosamente a Sandra Ballesteros en el cénit del menemismo para luego tatuarle así nomás una rosa y una víbora, y a Mariano Grondona le parece que no da y hace berrinche y Telefe acata y manda todo al freezer hasta que aparece Súper Romay y salva el día y de paso clava dos millones de puntos de rating. El resultado de todo ese barullo es una casa nueva para Claudio María Domínguez, autor de *La marca del deseo*, novela picante que luego se convertiría en miniserie ídem. Sí, ese Claudio María Domínguez, el mismo que ya se había forrado quince años antes gracias a una película mediopelo que, aunque apenas si asomaba un pecho, igual supo congregarse a hordas de onanistas por el título pícaro que nuestro héroe eligió ponerle para su estreno en cines argentinos: *Déjala morir adentro*. El mismo Claudio que a los nueve años logró el paradójico honor de convertirse en el pibe más famoso del país gracias a la mitología griega, ganando un concurso de preguntas y respuestas en un programa bancado por un dentífrico y aprovechando el premio para sacar a su papi de *galyola*. Claudio María Domínguez, ese que desde hace unos años es el nombre de la espiritualidad *new age* en la Argentina y que para algunos vende humo y para muchos otros salva vidas desde sus programas en Radio 10 y Pop, sus charlas y sus libros. CMD, el joven maravilla, el empresario pillo, el escritor *hot* que con 56 años asegura haber tenido dos parejas estables “y algún polvito en un viaje”, el gurú que no quiere serlo, dice que no le alcanza con haber vivido cuatro o cinco vidas en una: cuando le llegue la hora va a tener que reencarnar. “Yo no me tengo fe de que esté resuelta mi evolución”, explica. “Todavía me veo como una persona con una cierta ira y un menosprecio por lo que yo llamo 'los que impiden que la mente vuele'. No un pobre que esté robando la basura: los que manejan el poder de los medios para emputecerlos, para que vivan en una estupidez mediática mundana. Creo que ahí hay un karma bravo y si pudiera apretaría un botón y los borraría del planeta”.

Así que anotemos la primera revelación: algo de rencor, aunque sea chiquito y más o menos controlado, hay en lo profundo del hombre-luz. La espina que no lo va a dejar subir es esa: la bronca que no puede evitar tenerle a los manipuladores negativos de la

conciencia humana. Odios más terrenales, dice, no tiene: con la madre que le cargó la mochila de tener que sacar las papas del fuego cuando estaba en edad de jugar a la mancha está todo relativamente bien. De hecho, acá estamos, en el departamento que su progenitora de 92 años sigue ocupando en Barrio Norte, rodeados de su propia memorabilia (fotos con Mirtha Legrand, con su mentor Cacho Fontana, ¡con Jean-Paul Belmondo!) y del *merchandising* peronista que le legó su abuela, Celina Rodríguez de Martínez Paiva, elegida como la primera Diputada Nacional de este país en 1952.

# **“Si voy acá y gano el millón, sacamos a mi padre de la cárcel, no nos va a faltar para estudiar, para viajar”.**

A nadie que lo conozca mediáticamente le puede sorprender que Claudio sea así de amable. Ofrece té de manzanilla y llama al cronista por el diminutivo de su nombre. Reconoce haber dudado en un principio sobre las intenciones de Playboy pero finalmente se convenció, un poco por haber hecho las averiguaciones del caso y otro poco porque no es de Dios desaprovechar oportunidades para difundir lo que uno hace. Así que procedamos: lo que hoy nos reúne es *Por qué cambié mi vida*, las memorias que Planeta le editó hace unos meses, 356 páginas por las que pasan Odol, Sai Baba, su papá veleta, la Madre Teresa, Beto Casella, Frank Sinatra vomitando a Romay, la esposa que le “robó” el abusador de chicos conocido como

Maestro Amor (“adorado por sus seguidores y denostado por tantos otros”, dice sobre él) y tantos otros avatares que asomaron en las múltiples existencias de este genio divino del alma.

**PLAYBOY:** La mitología griega no parece ser algo que le surja a un nene de seis años: parece un mandato. ¿Lo disfrutabas o lo sufrías?

**CLAUDIO MARÍA DOMÍNGUEZ:** Al principio era todo un juego. En mi libro cuento sin pudor cómo surge la necesidad de que yo ganara Odol y así nos cambiara la vida para siempre. Vengo de un hogar de gente muy culta y muy pobre. Literalmente no tenían para comer pero había exceso de libros, de cultura y de títulos. Vaya a saber por qué cayeron en desgracia y mi padre incluso fue preso por no poder pagar deudas. Cheques sin fondo... Ponele que inocentemente haya recibido y pasado pero en concreto: preso. No había ni para sacar un abogado. Ahí más se exasperó ese mandato de este chico que pinta piola... A los 3 años leer y escribir, a los 6 años seis idiomas... Criado con el mandato de “este va a salvar a la familia”. Pero hasta ese momento era un juego para mí. En Casa Tía, los domingos había concursos de preguntas y respuestas. La gente que ganaba se llevaba comida o ropa. Yo sabía que todos los domingos iba, me iba a ganar todas las preguntas y teníamos comida para toda la semana. Cuando vino lo de *Odol Pregunta*, el país se paralizaba con este programa que daba el millón de pesos de premio. Yo sabía mucho sobre *La Ilíada* y *La Odisea*. La vida y obra de Homero. Un día estábamos mirando el programa y yo mismo dije: “Si voy acá y gano el millón de pesos sacamos a mi padre de la cárcel, no nos va a faltar para estudiar, para viajar”.

**PLAYBOY:** ¿Te seguís acordando de todo?

**DOMÍNGUEZ:** No, si voy ahora perdería en el tercer o cuarto programa. Zafó más que ustedes pero hasta ahí. Ganar *Odol* nos cambió la vida. Me dieron el millón de pesos que lo gastamos en pagar deudas. De la noche a la mañana era el chico más conocido de la Argentina. Caminar por la calle era una... odisea, justamente.

**PLAYBOY:** ¿Cómo vive la fama un pibe de nueve años?

**DOMÍNGUEZ:** Primero como una gran



## ENTREVISTA

sorpresa. Todo el tiempo me seguían a algún lugar. Me esperaban cuando salía de la escuela. Ahí empezó a tornarse molesto. No tener intimidad. Ver que todos te seguían, todos opinaban. La gente se cohibía ante el chico supuestamente genio, que después habría que ver genio de qué. Siempre fui muy intolerante con lo que yo llamo la mente más chatonga, más corta, más lenta. Eso hubo que trabajarlo con el tiempo, para no ser un infeliz cuyo ego se considera superior intelectualmente a los pobres mortales que no pueden ni hablar.

**PLAYBOY:** ¿Cómo te trataban en la escuela? Porque a veces los pibes son crueles.

**DOMÍNGUEZ:** Yo era el número uno absoluto, entonces la mitad se adherían y te miraban como si fueran el Robin de Batman y la otra mitad rechazaba con profunda envidia todo lo que me pasaba. Pero no solo me pasaba con los compañeros, también con los profesores. Estaban los que me ponían 10 de promedio siempre sin preguntarme nada por el miedo al papelón de una respuesta, y estaban los que me llamaban al frente y no me soltaban en toda la hora hasta no encontrar un punto donde pudieras fallar. Me acuerdo de que el de Educación Democrática lo logró, me puso un 9 y estaba en éxtasis por eso. Y yo estaba fascinado, vine contento a casa y acá me dijeron: “Qué horror, ya vas a levantar mañana”. Ahí tenés una pauta.

**PLAYBOY:** Vivías bajo mucha exigencia.

**DOMÍNGUEZ:** Del mundo. Es un espejo de su propia frustración. Pero yo era libre, muy libre. Es más: a los 14 años yo ganaba muy bien, porque Cachó Fontana y Alejandro Romay me mandaban a hacer notas por el mundo. En eso me vino bien el políglotismo. Me mandaban a los Oscar con 16 años, y yo fascinado. García Márquez, Bioy Casares, Paul McCartney, Sinatra, la Streisand, Bob Fosse, Coppola, Meryl Streep después de *Kramer vs Kramer*... Y a los 14 años me quise ir a vivir solo para que nadie me exigiera nada. El leonino no tolera la presión:

naciste vos para ser el centro de la atención, no para que te dominen. Mi mamá no me quería firmar la autorización para que me emancipara, me presenté ante un juez, le dije que ganaba muy bien y podía comprarme mi departamento y me autorizaron. En vez de estar de lumpen en la calle viendo qué tentación había, yo vivía fascinado en mi departamentito, era libre, cuando estaba en Buenos Aires vivía en los cines, y cuando andaba de viaje me veía con todos esos héroes que yo admiraba y no lo podía creer.

**PLAYBOY:** ¿Es cierto que te paseaste con Sinatra borracho por Nueva York?

**DOMÍNGUEZ:** Sí. En realidad no íbamos

quiera, le limpio el inodoro, vomíteme encima, je”. Así fue que fui al Radio City. Esto fue en el 78, 79. Ningún otro estará con Sinatra vomitándole a Romay y paseando por la calle cantando “New York, New York”.

**PLAYBOY:** Cuesta creer que teniendo tantas ansias de conocimiento no hayas querido saber cómo se sentía estar borracho o drogado.

**DOMÍNGUEZ:** No probé ni marihuana. Porque no había en mi vida, mi curiosidad no iba por ese lado. Mi curiosidad iba por el lado de sobrevivir en un mundo hostil generando un vuelo extraordinario y no cayendo en compañías que podían ser densas.

No malas: densas. No fumé porque mi papá se murió cuando yo tenía 11 años de una embolia por el cigarrillo. Cuando tomé alcohol, que habré tomado diez veces en la vida... A mí me gustaba uno dulce, el Gamba Di Pernice, y tomaba medio vaso, me generaba mucha alegría y me quedaba dormido en media hora. Entonces nunca supe lo que era una borrachera, porque nunca pasé de medio vaso que me dormía.

**PLAYBOY:** Hablando de tabúes: hay gente que no puede creer que vos hayas escrito *La marca del deseo*.

**DOMÍNGUEZ:** El primer programa prohibido en democracia. El viejo Telefe tuvo

presiones de la Iglesia, de Mariano Grondona, etc. Era la época de Menem, que tendría que haber habido una libertad maravillosa, y estaba Romano que era un *sex symbol* transgresor, peleador, chotito, jodido, y justo el programa debuta con récord de audiencia, bajándole todo al Mariano Grondona de *Hora Clave*, a la política, a la Iglesia, y la prohibieron. Igual, el escándalo fue maravilloso. Fue mi primera novela con Planeta: rompió todos los récords y me construí mi casa en Necochea gracias a *La marca del deseo*, y un año después Romay la llevó al 9, la puso en un tándem con *El garante* y rompió toda la audiencia, y yo ya la veía más inocente que *Nuevediarío*. En realidad, *La marca*



a entrevistarle a Sinatra sino a Michelle Pfeiffer. Romay me dijo: “Mañana cena Michelle Pfeiffer acá”, pero nunca apareció, y apareció Sinatra. Estaba peleándose con la mujer, Barbara Marx, borracho. Romay le mandó un champagne, lo vomitó casi todo en la mesa y se fue gritando. Y me dijo: “*Young man, please help me*”, y yo llevando a Sinatra que los puteaba a los guardaespaldas y les decía: “*Get me a cab... no, no cab, let's sing*” y empezó a cantar “New York, New York”, borracho. Yo pensaba: “Es surrealista, no puedo estar viviendo esto”. Después de tres, cuatro cuerdas, me dijo: “*Thank you so much, sir*” y me preguntó si quería ir a verlo al Radio City. “Donde usted



## ENTREVISTA

*del deseo*, los trece capítulos que Romano un día muy amorosamente me compra, eran sobre la soledad del hombre en la gran ciudad: cada capítulo era un quilombo a resolver. Uno era el sexo, la frustración sexual, el abuso emocional que el flaco había vivido. Era un *show off* para un actor maravilloso. Y él, transgresor, ¿qué hizo? Le metió sexo a los trece capítulos. Me acuerdo de una vez que fuimos a una filmación en un hotel alojamiento en Panamericana, y la veo a la Valentina Bassi en bolas, la María Socas en bolas, y yo pensaba: “¿En qué escena está todo esto?”.

**PLAYBOY:** Hay gente a la que le parece contradictorio eso que escribiste con lo que hacés ahora.

**DOMÍNGUEZ:** Y está muy bien, pero yo no veo ninguna contradicción.

**PLAYBOY:** ¿No te arrepentís de nada?

**DOMÍNGUEZ:** La he pasado bomba, no me arrepiento de este amor, je. *Repentir*: vuelvo a pensar. Para un tibetano es un verbo que es muy hermoso y necesario. Repienso esto: ¿justifica que lo haga de nuevo? No. ¿Escribiría *La marca del deseo*? Nunca. ¿Irias a los Oscar? A divertirme, capaz. Pero no, haría esto: el momento es perfecto ahora.

**PLAYBOY:** Imagino que tampoco te arrepentirás de *Déjala morir adentro*.

**DOMÍNGUEZ:** Tuve muchísimas de esas, pero *Déjala morir adentro* quedó como antológica. A los 20 dejé el periodismo, quise enamorarme, tener una familia, ser feliz y ya vivir alejado de la sociedad. Se me dieron las ocasiones, experimenté todo eso y fueron años sublimes viviendo en el bosque de Necochea al lado del mar. Tengo dos varones grandes, 32 y 29, y las dos nenas de 9 y de 5, Amma y Devi. Y tuve dos relaciones en la vida: Marisa de los 20 a los 45 y mi relación actual con Eliana, que pretendo que sea el amor de mi vida estable, hasta que me vaya del cuerpo. Con Marisa dije: “Esta es mi ocasión, acá quiero estar, éste es mi mundo”. Fui muy feliz pero tenía que mantenerme con algo. Yo amaba el cine y dije: “Voy a traer cine que nunca haya llegado a la Argentina”, pero había que luchar contra la censura en esa época. Prohibían Fellini, Coppola, Bergman, Pasolini. Cuando traje *Déjala morir adentro*...

... Fue para joder. Ni la hubiera comprado si no. *Julie Darling* se llamaba, un telefilme canadiense. Se bañaba Sybil Danning con una teta al aire. Me la daban en un paquete con *Cadenas calientes*, la de la cárcel con Linda Blair. Entonces, mirá la rebeldía, dije: “Vamos a joder a un nivel muy grande, a ver si puedo sacudir polvareda”. Le puse un título guaso, asqueroso: *Déjala morir adentro*...

# **“Yo le llamo la noche oscura del alma! Cuando tenés lo que soñabas tener y no te tenés a vos mismo. Lo esencial es invisible a los ojos, como dice El principito”.**

tro. Presentamos la película y por supuesto volvió prohibida sin ser vista. Entonces empezó la acción legal. Yo me citaba con [el censor Miguel Paulino] Tato. “A vos te metería preso”, me dijo. Y yo le dije: “Dejá morir la ilusión dentro de tu mente, dejá morir la depresión”. Me dijo que le haga juicio, se lo hice y lo ganamos: la película podía llamarse *Déjala morir adentro*. Me prohibían los afiches, era la forma de boicotearme para que no la pudiera estrenar. Yo dije: “No se

preocupen, no hay fotos”, el afiche era todo negro y en amarillo *déjala morir adentro*. Empapelé la ciudad con eso y me contó un policía que los autos chocaban en Callao y Corrientes mirando eso. La calificaron Prohibida para Menores de 18 años Con Reservas, lo que me favorecía más. El día del estreno yo llegaba siempre a las 11 a ver cómo estaban los cines en la calle Lavalle. Cuando llegué a la 9 de Julio no logré pasar. Dije: “Mierda, justo hoy que estreno mi película, con todo lo que me costó”. Cruzo, llego hasta Lavalle y a un policía le pregunto qué pasa y me dice: “Un loco de mierda estrenó esa de *Déjala morir adentro*, la gente está haciendo cola, no puede avanzar tratando de sacar entrada”.

**PLAYBOY:** Ya estabas contando la plata.

**DOMÍNGUEZ:** ¡Mi nueva casa! ¡Cambio la de Necochea y me pongo frente al mar! Cuando llegué, el empresario fumaba habanos y me decía: “¡Nunca vi esto! ¡Tengo vendido un mes, con trasnoche hasta las 5 de la mañana!”.

**PLAYBOY:** ¿Qué te hizo *clic* en la cabeza para dejar todo esto y dedicarte a la espiritualidad?

**DOMÍNGUEZ:** Yo le llamo “la noche oscura del alma”. Cuando todo aparentemente funciona, tenés lo que soñabas tener y no te tenés a vos mismo. Lo esencial es invisible a los ojos, como dice *El principito*. Tengo mi familia, mi casa frente al mar, el autito, viajo por el mundo, aún ganando el premio de turno, ¿cómo todavía no soy feliz? Entonces, cuando hay un vacío existencial a la noche antes de dormir, algo pasa. Conocí Europa, los nenes están sanos, tengo una relación de pareja afectuosa, pero ¿qué pasa? Hasta que no aparezca profundamente usted en su vida, nada le va a llenar los huecos de su carencia, de su soledad. Eso habrá pasado para mí a los 33... La edad de Cristo, muy interesante. Ahí me acuerdo de que le dije a Romay y a Fontana: “Dejo todo, no quiero más nada”. “Loco de miércoles”, me dijeron. Quería entrevistar gente espiritual, maestros que me hicieran entender por qué mi propia vida se había convertido en un vacío. Romay me dijo: “¿A quién querés entrevistar? ¿A Monseñor Laguna?”. No, a Sai Baba, a la Madre Teresa, a Amma,







al Dalai Lama, a Chopra, a Louise Hay. “Ridículo, nadie llega a ellos. Maradona llegará a estar tres minutos con el Papa”, me dijo. Yo le contesté que me dejara creer en mí. Yo voy con el micrófono y le digo: “Madre Teresa, déjeme respirar el aire que usted larga”, yo creo que me van a dar bolilla. Tú lo has creído, tú lo has creado: terminamos hablando con todos ellos. A mí me hacía mucho bien en mi propia vida y nunca más quise volver al viejo periodismo.

**PLAYBOY:** ¿Te clavaste alguna vez con la fe?

**DOMÍNGUEZ:** No, porque para mí la fe es creer en uno mismo. No tengo fe ajena, no tengo fe ciega. He entrevistado a todo el mundo y si son genuinos, el único mensaje es “creé en vos mismo”. Si viene de “dame el diezmo”, mi temperamento me hace rajar enseguida. La única religión para mí es creer en uno mismo. O amar, no como en una telenovela: amar incondicionalmente la existencia. El amor personalizado o impersonal. Personalizado es amo a mi hijo: ese es fácil, hasta Hitler amaría a su hijo. Pero hay que amar al hijo de otro. Hay que amar el aire que uno respira.

**PLAYBOY:** ¿Cómo ves a la distancia el tema de los sanadores filipinos y del Maestro Amor, dos de las cosas que difundiste que más problemas te generaron?

**DOMÍNGUEZ:** De los mil reportajes hechos, dos son los controvertidos. De esos fenómenos espirituales, el más polémico porque es argentino es el Maestro Amor. Veinte años atrás me hablaban de un maestro en Catamarca y fuimos a hacer la nota. Durante el reportaje me pareció muy interesante: era una llevada a la criolla de las enseñanzas de Osho, de Yogananda... Me pareció válido y ahí quedó. Ahí hubo un fenómeno muy especial: mi esposa de ese momento, Marisa, se enamoró de la vida en la comunidad espiritual en Catamarca, y nos dijo muy suelta de cuerpo y muy feliz: “Esto es lo que yo busqué toda la vida, siento que acá está mi familia, a ustedes los adoro, ustedes también son mi familia, pueden venir conmigo pero yo no vuelvo al mundo”. La escuchamos y dijimos: “Tenés todo el derecho del mundo a ser feliz, mirá que se te va a manipular”. Para esa altura sentía que éramos

más hermanos del alma que una pareja en la misma búsqueda. Con los nenes, los tres varones testosteronados, dijimos: “O es un delirio místico y se le va a pasar en tres meses, o démosle su libertad”. Entonces le dije: “Sé feliz y libre, y no te calientes por nada material: serás mantenida de por vida y no te va a faltar nada. Si vos decís que acá encontraste la visión interna que no viste en 40 años de vida...”. Eso generó que los detractores espirituales después dijeran: “Su mujer vive en una secta”. Eso es discutible: para mí la gran

## ***“La única religión para mí es creer en uno mismo. O amar, no como en una telenovela: amar incondicionalmente la existencia”.***

secta es la prisión de la mente, una mente que te impida ser libre. Una secta física sería si estuvieses obligado a un ritual de devoción a un maestro que te privara de una libertad individual.

**PLAYBOY:** Pero es fina la línea entre la voluntad y la coerción a veces.

**DOMÍNGUEZ:** Bueno, sí. Nosotros la vemos tres veces por año, pasa todo enero con Eliana y mis nenas. Ahora se viene el casamiento del hijo y nos vamos todos a Italia. Obviamente, ellos ven en la figura de un maestro una necesidad de permanecer en torno a ese aprendizaje. Yo, por mi personalidad, no tolero estar tres minutos con alguien que me enseñe a vivir, salvo que ven-

ga un avatar ascendido y yo me adheriría a querer estar. Lo único en este momento es “creé en vos mismo, sé libre y feliz. No te calientes más por lo que cree el otro, pero tené opciones: por cada uno que te dice ‘la vida es una mierda, esto es un asco’, hay otro que te dice ‘es un milagro estar despierto en el día de hoy, por cada avión que se cae y por cada chiquito asesinado hay miles de chicos concebidos con un cierto amor, no profundo, pero con apetencia de vivir’”.

**PLAYBOY:** ¿No te genera ningún remordimiento haber acercado a alguien a un personaje tan oscuro?

**DOMÍNGUEZ:** No, porque nadie puede saber con la ignorancia del momento consecuencias ulteriores. Basta con que tu conciencia haya sido sana y buena. Además, yo creo en la libertad: si en los mil reportajes que hice acerqué gente a Sai Baba y la Madre Teresa, y que lean a Paulo Coelho y a Krishna-murti... Si alguien escuchó un reportaje con tal persona y le encantó y fue a verlo, que se haga cargo de su libre albedrío. Obviamente nunca difundí a nadie que trabaje para el mal, la droga, la manipulación. Después, si alguien es manipulado, será su excelente experiencia de trabajo salirse de toda manipulación y recuperar la divinidad.

**PLAYBOY:** ¿Tu mamá leyó tu biografía?

**DOMÍNGUEZ:** Leyó cinco capítulos y me dijo: “Me mataste”. Yo se lo oculté para que no lo viera y lo encontró igual. Me dijo: “Qué horror, no tenés vergüenza de contar todo esto”.

**PLAYBOY:** ¿Le pudiste perdonar el mandato?

**DOMÍNGUEZ:** Te perdonás vos por tu ignorancia, por haber tenido malos sentimientos o rencor. Vos creés que perdonás al otro y después entendés que el único perdón es a uno mismo. El perdón es “me perdono, te perdono, los perdono”. Entonces entendés que uno recibió lo que le tocaba para ver qué hacía con eso, y ahí más que “cretino hijo de p...” es “gracias, maestro”. Yo lo cuento muy fácil pero es un proceso. El mérito mío es hacerle bastante simple, a la criolla, esto a la gente. Pero es un trabajo de por vida: volver al eje, recordar el aquí y ahora. ■



# BACARDÍ CUBA LIBRE

BACARDÍ GOLD,  
COLA & LIMA

EL ORIGINAL



**BACARDÍ**  
**UNTAMEABLE**  
SINCE 1862

f /BacardiArgentina    @BacardiArg

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.





PLAYMATE

# Líneas borrosas

*Si bien estaba un tanto eclipsada por Emily Ratajkowski, las curvas, la piel, la personalidad de Jessi M'Bengue capturaron toda nuestra atención en ese estimulante video de "Blurred Lines", el tema de Robin Thicke y Pharrell Williams. En estas fotos, se divierte en una tarde libre de verano. Todo lo que está bien.*

FOTOS **JENNIFER STENGLEIN**



















## EVENTOS

**1 y 2.** BENJAMÍN VICUÑA ACOMPAÑÓ A SU PAREJA EUGENIA "CHINA" SUÁREZ EN EL ESTRENO DE *SOLO SE VIVE UNA VEZ*, QUE PROTAGONIZA JUNTO A PETER LANZANI. **3.** CARO ARDOHAIN Y JUANITA VIALE ESTUVIERON EN EL IMPONENTE STAND DE CITROËN EN EL SALÓN DEL AUTOMÓVIL DE BUENOS AIRES, DONDE SE PRESENTÓ EL FLAMANTE CACTUS. **4.** NICOLÁS ARTUSI, LA DJ SRZ Y JUAN GIL NAVARRO FUERON FOTOGRAFIADOS POR GABY HERBSTEIN EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA "APUNTÁ ALTO" DE LA BODEGA ALTOS DEL PLATA. **5.** VIOLETA URTIZBEREA, JULIETA CARDINALI Y DOLORES FONZI TAMPOCO SE PERDIERON EL EVENTO DE ALTOS DEL PLATA. **6.** DOLORES FONZI TAMBIÉN DISFRUTÓ EN EL SALÓN DEL ALUTOMÓVIL.



**PLAYBOY**  
SE IMPRIME EN



**GALT PRINTING**

**Nos especializamos en producir  
libros, revistas, catálogos y brochures**

---

**Estamos para asesorarlo, no dude en contactarnos**

EVENTOS



1. LA GOBERNADORA MARÍA EUGENIA VIDAL, LA MODELO MARIANA ARIAS Y EL PERIODISTA LUIS NOVARESIO ASISTIERON A LA CENA ANUAL DE LA CASA RONALD MCDONALD EN BENEFICIO DEL HOSPITAL GARRAHAN. 2. ESMERALDA MITRE PARTICIPÓ DEL LANZAMIENTO DE LA TEMPORADA DE INVIERNO DEL CERRO CAVIAHUE, EN NEUQUÉN. 3. NATALIE PÉREZ LE PUSO ONDA AL LANZAMIENTO DE LAS NUEVAS VARIEDADES DARK Y MÄRZENBIER DE ISENBECK EN BULLER PUB. 4. FACUNDO ARANA FACE TO FACE CON ESTEBAN LAMOTHE EN EL EVENTO DE ISENBECK. 5. WALTER NELSON, LELE CRISTÓBAL Y HUGO LAMADRID SE TOMARON UN CINZANO EN EL EVENTO FÚTBOL Y VERMUT: ¿PERO QUÉ DIGO GOL? RECONTRA GOLAZO.



# EL SABOR DE LA PERFECCIÓN



**BOTRAN®**  
RON AÑEJO

[www.botranrums.com](http://www.botranrums.com) - Facebook/ Dellepiane Spirits

BEBER CON MODERACIÓN PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS

HISTORIA



**KENYA, 1970**

Hugh Hefner y Barbi Benton en Safari.



**TROPA**  
TRAINING CLUB

CROSSFIT | ENTRENAMIENTO FUNCIONAL  
DANCE HALL | RUNNING TEAM

**LLEGÓ AL  
ROSEDAL DE PALERMO**

★  
JOIN THE WOLF PACK



| 2 BOX DE CROSSFIT |  
BOX PARA ACONDICIONAMIENTO FISICO | TROPA UNDERGROUND  
BA GREEN RESTO | HEALTHY CHOICES FOR A HAPPY WAY OF LIVING

Av. Libertador 3883 CABA, Paseo de la Infanta Arcos 5, 6 y 7

[www.facebook.com/crossfittropa](https://www.facebook.com/crossfittropa)



Más de 35,000 torneos diarios  
Más de USD24 millones repartidos en premios todos los días  
Al alcance de tus dedos  
En tu móvil  
Esperando ser jugados  
Somos el hogar de los torneos

**somos poker**

**PokerStars.net**